

TRABAJO FIN DE MÁSTER



**UNIVERSIDAD COMPLUTENSE
MADRID**

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

Máster Periodismo Multimedia Profesional

**“Análisis de la igualdad de género en el ámbito
deportivo: evolución de las deportistas y periodistas
deportivas en los medios de comunicación”**

Autora:

D^a. Andrea Núñez Marrón

Tutor:

D. Ángel Luis Rubio Moraga

Madrid, junio de 2021

ÍNDICE

RESUMEN	4
1. INTRODUCCIÓN	6
1.1. Presentación.....	9
1.2. Objetivos.....	9
1.3. Justificación	10
1.4. Planteamiento o hipótesis	14
1.5. Metodología.....	16
2. MARCO TEÓRICO	17
2.1. La profesión periodística. Concepto, origen y breve descripción de su evolución	17
2.2. Las mujeres en el periodismo a lo largo de la historia	22
2.3. Breve aproximación histórica a la prensa deportiva	27
2.4. La mujer y el periodismo deportivo. Precedentes y evolución.....	32
3. DESARROLLO	37
3.1. Profesionales en los medios de comunicación.....	41
3.2. Medios digitales y Twitter.....	44
3.3. Diferencias personales y profesionales	47
3.3. Las mujeres en el deporte y el periodismo deportivo	58
4. CONCLUSIONES	77
5. BIBLIOGRAFÍA	81
6. ANEXOS	85

RESUMEN

El deporte ha ocupado durante años, y en la actualidad, un lugar privilegiado en los intereses de la sociedad. Aún así, la mitad de la población sigue estando en gran parte invisibilizada en este ámbito, hablamos tanto de las deportistas como de las periodistas deportivas.

Si tenemos en cuenta que la información deportiva ocupa los primeros puestos en cuanto a lectores diarios, según los datos del Estudio General de Medios (EGM), incluso por encima de los medios generalistas, y observamos como esa mitad de la población femenina apenas aparece en los medios de comunicación, ya podemos ser conscientes y hacernos una idea del gran problema de desigualdad que persiste en nuestra sociedad.

Los deportes practicados por mujeres están silenciados continuamente o se les da una menor importancia en nuestras pantallas y páginas, frente a equipos y deportes masculinos que acaparan constantemente los medios de comunicación, con retransmisiones e informaciones de todo tipo, incluso cuando no ha habido ningún tipo de participación deportiva ese día.

Los medios de comunicación informan de lo que ocurre en cualquier punto del mundo y en todo momento, son esa ventana a un exterior que no siempre alcanzamos. Si los medios deportivos tapan una mitad de la realidad existente solo seremos capaces a formarnos, informarnos y observar esa otra mitad masculina. A menudo se excusan en falta de interés por los deportes minoritarios o, simplemente, por los que están formados por mujeres pero costaría pensar que estas afirmaciones fueran ciertas y el 50% de la población no quisiera recibir información deportiva sobre ellas mismas.

Esto influye en los propios medios de comunicación, sobre todo en los deportivos, ya que si las mujeres, una vez que consiguen introducirse en este mundo, son relegadas a horarios de menor audiencia, peores terrenos de juego y entrenamiento, entre otras cosas, y las personas que son las encargadas de retransmitir estas informaciones suelen ser también mujeres, quedando relegadas a esos puestos considerados inferiores, nos encontramos ante una situación de desigualdad constante en ambos terrenos, tanto para las que quieren practicar deporte como las que quieren comunicar sobre ello.

Las periodistas deportivas se han ido abriendo paso en una profesión patriarcal que consideraba que, al igual que no estaban preparadas para hacer deporte, no tenían el conocimiento suficiente y necesario para opinar e informar de él. Para cambiar este pensamiento generalizado, muchas mujeres demostraron su valía en las redacciones deportivas, llegando a convertirse en las pioneras de esta profesión y en algunos de los rostros y voces más conocidas de nuestro país.

A pesar de esto, es necesario recordar y reconocer que las mujeres, al igual que en otras esferas de la vida, en la profesión periodística se encuentran con más adversidades que sus compañeros varones. Ellas tienen que soportar peores condiciones laborales, barreras salariales, techos de cristal o dificultades a la hora de conciliar su vida familiar y laboral, entre otros. Mientras que ellos, si bien es cierto que pueden encontrar baches en su camino profesional, esos baches nunca se darán por su sexo o género, ya que se les presupone un conocimiento superior en el terreno deportivo desde su nacimiento.

Para comprobarlo, en el presente trabajo se hará un repaso de la evolución de la profesión periodística y la introducción de las mujeres a este ámbito, sobre todo centrándose en una cuestión de igualdad deportiva, tanto para las deportistas como para las periodistas deportivas desde la perspectiva de los medios de comunicación.

Palabras clave: profesión periodística, periodismo deportivo, deportes, periodistas deportivas, deportistas, mujeres, igualdad de género

1. INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación aparecen en nuestras vidas como esa ventana a la realidad y al exterior de la que no seríamos conocedores sin ellos. Son los encargados de informar de lo que ocurre a nuestro alrededor. Los medios deportivos informan de la situación relacionada con los deportes presentes en nuestra sociedad. Para poder evaluar la situación que viven las mujeres en la actualidad desde el punto de vista del periodismo deportivo es necesario recordar algunos aspectos importantes relacionados con su pasado también como deportistas.

Generación tras generación se transmite una realidad sesgada en la que en la cima de cualquier situación siempre está un hombre. Una realidad en la que las mujeres han empezado a incluirse en algunos aspectos de la vida pública, como el deporte y el ámbito periodístico, pero aún siguen siendo tratadas de forma desigual con respecto a los hombres.

Se ha invertido mucho esfuerzo durante años para conseguir que la igualdad se imponga entre ambos sexos y, aunque legalmente se han conseguido muchos avances, parece que en pleno siglo XXI esa igualdad sigue estancada e, incluso, ha sufrido un retroceso llamativo en algunos aspectos. La desigualdad se da en todos los ámbitos de la vida, desde las edades más tempranas y en contextos familiares y escolares.

En las aulas sigue existiendo una gran diferenciación sexual y por la calle se siguen viviendo todo tipo de adversidades. Parece que el sexo masculino sigue siendo el sexo fuerte mientras que el femenino es el débil. Unos roles que ha adquirido la sociedad al completo y en los que nos vamos reforzando con el paso del tiempo, a medida que vamos creciendo. Desde pequeñas, las niñas se sienten inferiores y los niños marcan su territorio y posición en el grupo desde la superioridad e incluso desde la agresividad, en algunos casos. Y a medida que vamos cumpliendo años, esas niñas que un día fueron inseguras tienen una mayor posibilidad de seguir siéndolo. Esas niñas a las que un día les dijeron que no debían practicar deportes ni opinar sobre ellos, tienen una mayor posibilidad de alargar ese pensamiento.

Y, si eso ocurre, esas niñas serán mujeres que han dedicado gran parte de su vida a complacer a los demás y no a ellas mismas. Decidirán dedicarse a temas impuestos por

el pensamiento general y el androcentrismo existente y no por sus gustos y necesidades particulares. Existen lastres que nos frenan, que no nos dejan avanzar, como ese currículo oculto que explicaré en el desarrollo de este trabajo.

El deporte es una de esas asignaturas prohibidas para las mujeres. Desde que son pequeñas han tenido que escuchar que sus compañeros son los aptos para ejercerlo, al contrario que ellas. Y si eso pasa, y esas niñas se convierten en mujeres que han interiorizado esa antigua realidad, los deportes estarán copados continuamente por hombres.

Por suerte, fueron muchas las que decidieron enfrentarse a esta situación y luchar contra la imposición de un ideario patriarcal existente. Pioneras del ámbito deportivo y de los medios de comunicación que han llevado a cabo un cambio en el pensamiento generalizado y demostrado que ellas también pueden dedicarse a este mundo y que han llegado para quedarse en él.

Cada vez es mayor la participación femenina en las distintas competiciones deportivas, así como el número de mujeres profesionales de los medios de comunicación y del periodismo deportivo, en concreto. Aún así, continúan siendo las que tienen que enfrentarse a los mayores retos.

El Título III de la Ley orgánica 3/2007 para la igualdad efectiva entre hombres y mujeres, titulado “igualdad y medios de comunicación” recoge los siguientes artículos, entre otros, al respecto:

Artículo 36. *La igualdad en los medios de comunicación social de titularidad pública.*

Los medios de comunicación social de titularidad pública velarán por la transmisión de una imagen igualitaria, plural y no estereotipada de mujeres y hombres en la sociedad, y promoverán el conocimiento y la difusión del principio de igualdad entre mujeres y hombres.

Artículo 39. *La igualdad en los medios de comunicación social de titularidad privada.*

- 1) Todos los medios de comunicación respetarán la igualdad entre mujeres y hombres, evitando cualquier forma de discriminación.
- 2) Las Administraciones públicas promoverán la adopción por parte de los medios de comunicación de acuerdos de autorregulación que contribuyan al cumplimiento de la legislación en materia de igualdad entre mujeres y hombres, incluyendo las actividades de venta y publicidad que en aquellos se desarrollen.

Artículo 40. *Autoridad audiovisual.*

Las Autoridades a las que corresponda velar por que los medios audiovisuales cumplan sus obligaciones adoptarán las medidas que procedan, de acuerdo con su regulación, para asegurar un tratamiento de las mujeres conforme con los principios y valores constitucionales.

Artículo 41. *Igualdad y publicidad.*

La publicidad que comporte una conducta discriminatoria de acuerdo con esta Ley se considerará publicidad ilícita, de conformidad con lo previsto en la legislación general de publicidad y de publicidad y comunicación institucional.

Una vez más se demuestra como ante las leyes y el papel todo parece estar recogido para su adecuado cumplimiento, aunque la realidad dista mucho de lo anteriormente enunciado. Cabría preguntarse entonces el porqué de esta situación y el porqué de la existencia de una serie de normas a seguir que continuamente están siendo ignoradas.

Entre otras razones, esta situación se debe a que los estereotipos e imágenes que transmiten los medios de comunicación se arraigan profundamente en nuestras mentalidades y perduran en el tiempo. Estos estereotipos tienen la característica de pasar inadvertidos, y por ello resultan potentes y eficaces; se nos imponen sin que nos demos cuenta, y así van forjando nuestras mentalidades (Ortiz, 2001).

1.1. Presentación

El presente Trabajo Fin de Máster, *Análisis de la igualdad de género en el ámbito deportivo: evolución de las deportistas y periodistas deportivas en los medios de comunicación*, está dividido de la siguiente manera:

- ★ En primer lugar, la introducción y presentación del tema y de los objetivos que se busca alcanzar mediante la investigación realizada.
- ★ La justificación del tema elegido y del método que se llevará a cabo durante el posterior y definitivo desarrollo del trabajo.
- ★ El planteamiento de dicha investigación y de las hipótesis de las que parto con la información que tengo a mi alcance y que he podido agrupar de otros autores y autoras para, posteriormente, poder verificarlas o rechazarlas.
- ★ La metodología llevada a cabo para elaborarlo. En este caso, estará dividida en un estudio cuantitativo y uno cualitativo del tema tratado.
- ★ El marco teórico utilizado, con la recopilación de estudios de numerosos autores y autoras, así como personas expertas en este ámbito.
- ★ El desarrollo completo de la investigación realizada.
- ★ Por último, las conclusiones a las que he llegado tras elaborar el trabajo al completo. Las validaciones o refutaciones de las hipótesis principales aparecerán en este apartado.

1.2. Objetivos

Para llevar a cabo mi propuesta he decidido tomar como guía el Trabajo de Fin de Grado titulado *“La invisibilidad de las deportistas en los medios: un análisis de la final del Eurobasket femenino de 2019 en el periódico Marca”*, que realicé en el año 2020 para estudiar dicha situación a la inversa.

Es decir, el objetivo principal de esta investigación es comprobar si la situación de las mujeres dentro de los medios de comunicación, sobre todo en los medios deportivos, es la misma que la de las deportistas o hay una mayor evolución en cuestión de género en relación a las periodistas deportivas.

En el trabajo realizado hace un año los resultados se basaban en el estudio de la representación de las mujeres en los ámbitos deportivos, centrado sobre todo en la

trayectoria de la Selección Española de Baloncesto y poniendo el foco de atención en la cobertura realizada por el periódico *Marca* de la final del Eurobasket femenino en 2019. En cambio, este estudio estará dirigido a la representación de las propias periodistas deportivas en el periodismo.

Con ello, se pretende observar una realidad existente que aún sigue silenciada y poco visibilizada, en la que las mujeres no gozan de los mismos beneficios que sus compañeros varones a la hora de informar, elegir secciones o conciliar su vida personal y laboral, entre otros, a pesar de la evidente evolución que ha habido con el paso de los años en este aspecto.

1.3. Justificación

Los medios de comunicación poseen una enorme responsabilidad social ya que en su tarea continua de informar y entretener también desempeñan una importante labor educadora y formativa (Rojas Torrijos, 2010).

Es por esta razón que los medios de comunicación siempre han estado en el punto de mira de algunas críticas sociales y feministas. La búsqueda de un tipo de información más igualitaria es necesaria para no seguir fomentando los estereotipos con los que, durante años, han cargado las mujeres en todos los ámbitos de la vida. El periodismo debe cumplir esa misión de mediador entre el público y la información, fomentando esta última de forma igualitaria en cuestión de género. Es necesario, y casi podríamos decir que obligatorio, terminar con esa exposición de la realidad “desde un prisma en el que las mujeres son representadas de manera asimétrica frente a los hombres y donde raramente aparecen como protagonistas de las noticias” (Rojas Torrijos, 2010) ni como autoras de las informaciones.

Según periodistas deportivas como Paloma del Río o Marta Solano, el periodismo deportivo es una de las especializaciones donde más se pueden observar los distintos estereotipos sexistas. Esto se debe a que maneja una actividad (el deporte) que históricamente ha estado dominada por hombres, cuestionando continuamente a las mujeres y dejándolas fuera del terreno de juego.

Clara Sainz de Baranda Andújar realizó un análisis del contenido en los medios deportivos entre 1979 y 2010 en el que concluía que las informaciones relacionadas con las mujeres en el ámbito deportivo no suelen ser el tema principal de las noticias. En esta tesis doctoral, hizo una distinción entre dos tipos de mujeres dentro de la prensa deportiva¹:

- Por un lado, las mujeres propias de este ámbito (deportistas y periodistas deportivas).
- Por otro, las “invitadas”, que son aquellas personas que realizan el papel de acompañantes (familiares, parejas, famosas, aficionadas...).

El papel de las mujeres como “invitadas” refuerza la idea de mujer objeto y el estereotipo de la mujer como elemento decorativo. Un estereotipo que ha ido aumentando con la presencia de este tipo de mujeres, otorgando una mayor invisibilidad a las deportistas y, a su vez, a las periodistas deportivas.

Tan solo es necesario echar un vistazo a las pantallas y páginas de los distintos medios de comunicación para observar esta situación. Mientras que ellos acaparan todos estos medios, las mujeres apenas aparecen en las informaciones y, si lo hacen, es en una tremenda desigualdad de condiciones que, en muchas ocasiones, se traduce en informaciones con lenguaje sexista e hipersexualización.

Al realizar en una plataforma como *Google* una búsqueda acerca de cualquier tipo de deporte, lo que encontraremos serán informaciones sobre deportes masculinos. Los hombres han copado durante años estas esferas y es algo que está siendo muy difícil cambiar. Por ello, para encontrar noticias sobre las deportistas, es necesario especificar en todo momento que se trata de una búsqueda de información de deporte “femenino”.

Nunca se ha escuchado hablar de la “Liga masculina de fútbol” o la “Champions League masculina”, en cambio, las portadas de los medios se llenan de especificaciones hacia el sexo femenino si ellas ganan algún título, algo que deja patente la desigualdad aún existente en el deporte.

¹ (Sainz de Baranda Andújar, 2013, pág. 197)

Estos pequeños detalles son los que hacen que, aún en pleno siglo XXI, sean necesarios numerosos estudios e investigaciones sobre temas como estos para intentar abrir los ojos a la sociedad y demostrar que, aunque parezca lo contrario, todavía no está todo el trabajo hecho y aún queda mucho por avanzar.

Para el desarrollo de este estudio he decidido llevar esta cuestión al punto de vista inverso y realizar una comparativa entre la invisibilidad a la que están sometidas las deportistas en los medios de comunicación y cómo estos propios medios tratan a sus periodistas deportivas. Para ello, es necesario diferenciar las numerosas desigualdades a las que están sometidas las mujeres en ambos territorios, haciéndoles difícil poder avanzar con la misma rapidez que sus compañeros varones.

Durante años, las desigualdades entre hombres y mujeres han existido y se han ido transmitiendo de generación en generación, marcando el porvenir de cada sexo a lo largo de la historia. A pesar de que las distintas instituciones, tanto internacionales como nacionales, se han esforzado en mostrar un nuevo proceso de igualdad entre hombres y mujeres, en el caso de las informaciones deportivas poco o nada ha cambiado. Aunque las deportistas siguen sumando victorias y las periodistas hayan cumplido hitos y cubierto algunos de los eventos más importantes del mundo deportivo, ambas continúan siendo invisibles en nuestra prensa deportiva.

Sobre el papel, en las leyes creadas hace años y las nuevas que se van abriendo camino para lograr una sociedad más igualitaria, todo parece idílico. En cambio, la realidad es otra. Las mujeres cuentan con numerosas barreras desde las aulas, en las que aún existe una diferenciación de roles en cuanto a los estereotipos que definen a los niños y las niñas. Esta diferenciación hace que ellas se sientan inferiores a sus compañeros y no se atreven a dar los mismos pasos que ellos en las mismas asignaturas. En relación al deporte, a los hombres se les presupone su conocimiento desde que nacen ya que cumplen o deben cumplir los cánones de una persona fuerte, luchadora y exigente, entre otros. Mientras tanto, a las mujeres les han enseñado desde pequeñas a no hacer preguntas, estar tranquilas y mantener la compostura, una compostura que no podrían aguantar dedicándose al mundo deportivo, por lo que estaba prohibido para ellas.

A medida que van creciendo, se observan el resto de barreras a las que tienen que hacer frente las mujeres. Este mundo deportivo forma parte de la esfera pública de la sociedad, una esfera a la que las mujeres en todos los ámbitos de la vida, durante muchos años, no han formado parte ya que estaban relegadas a la esfera privada. De esta forma, si el deporte “femenino”, o deportes minoritarios como la gimnasia rítmica, recibe menos visibilidad que el masculino y deportes como el fútbol y las periodistas deportivas son relegadas a cubrir informaciones minoritarias, el mismo problema y las mismas barreras que se encuentran las deportistas se las encontrarán, desde el punto de vista inverso, las periodistas deportivas.

Por tanto, esta distinción entre público y privado acarrea hasta la actualidad los problemas de diferencias entre sexos que desarrollaremos en el presente trabajo, como pueden ser la brecha salarial, la brecha digital, el techo de cristal y la difícil conciliación familiar y laboral. Una situación a la que los hombres no han tenido que hacer frente a lo largo de sus vidas. Aunque ellos hayan tenido que solventar algunas trabas en la práctica de su deporte o en el ejercicio de la profesión, nunca han sido comparables a las que tienen que hacer frente las mujeres. Ellos han vivido durante años, y lo siguen haciendo, en una armonía y tranquilidad absoluta en cuanto a este tipo de situaciones, mientras que ellas han tenido que afrontarlas e ir esquivando obstáculos hasta llegar a lo que son hoy en día. Algo que seguramente siempre han sido pero que no se les había dado la oportunidad de demostrar: luchadoras, campeonas de numerosas competiciones deportivas y algunas de las mejores comunicadoras que tenemos en nuestro periodismo deportivo.

A modo de resumen, lo que encontraremos en el desarrollo de este trabajo serán las ideas acerca de las distintas situaciones a las que tienen que hacer frente en el mundo de la comunicación, específicamente en el deportivo. Según la diferenciación de las mujeres en los medios por Felicidad Loscertales y Trinidad Núñez, en 2008, el papel de las mujeres en estos se da de dos formas distintas: como “agentes” de la información y como “pacientes” en ella (Tabla 1). Algo que estudiaremos si ha evolucionado con el paso del tiempo.

LAS MUJERES COMO “AGENTES” DE LA INFORMACIÓN	PUESTOS DIRECTIVOS	Presencia escasa, chocan contra “techos de cristal” a pesar de estar altamente cualificadas.
	PROFESIONALES DE LOS MEDIOS	El número de graduadas aumenta cada año y es superior al de los hombres pero en los medios son siempre menos que sus compañeros. Se encuentran con barreras salariales, digitales y problemas de conciliación laboral y familiar, entre otros.
LAS MUJERES COMO “PACIENTES” EN LA INFORMACIÓN	OBJETO DE LAS INFORMACIONES (salen en pantalla o escriben sobre ellas)	Su imagen se ve altamente estereotipada en comparación a los hombres. Mayor lenguaje sexista e hipersexualización.
	CONSUMIDORAS DE LOS MEDIOS	El problema aparece cuando se hacen programas de radio, televisión o revistas “para mujeres”. Suelen dedicarles espacios culturales o del corazón, mientras que ellos participan en temas políticos o deportivos.

Tabla 1. Papel de las mujeres en los medios de comunicación siguiendo la diferenciación de Loscertales y Núñez (2008)

1.4. Planteamiento o hipótesis

Para llevar a cabo la realización de este Trabajo Fin de Máster, al igual que con todo tipo de investigaciones, es necesario marcar el planteamiento y punto de partida. En este caso, para lograr los objetivos, anteriormente mencionados, plantearé una serie de hipótesis que considero que darán como resultado la conclusión de este estudio para corroborar, así, mis teorías acerca de la situación histórica y actual de las mujeres en el periodismo deportivo.

Las siguientes suposiciones nacen de mis vivencias personales, en primer lugar como mujer en una sociedad que siempre ha negado nuestro papel en algunos ámbitos de la vida y, en segundo lugar, como periodista que pretende que el futuro de esta profesión sea, de una vez por todas, igualitario para ambos sexos, sin discriminaciones de ningún tipo y con el respeto que todos merecemos como personas.

Además, me he basado en un riguroso análisis de numerosos estudios y trabajos realizados por especialistas de dentro y fuera del mundo de la comunicación, algunos utilizados para el marco teórico, de los que he adquirido grandes conocimientos y que han hecho que considere mi postura ante la realización del presente trabajo.

Por último, las entrevistas a periodistas deportivas y encuestas a un amplio número de personas de dentro y fuera de la profesión, han ayudado a reafirmarme en mi planteamiento principal.

Todo ello me ha llevado a enumerar una serie de hipótesis que mencionaré a continuación e intentaré comprobar posteriormente:

H1: La hipótesis principal de esta investigación es que, aunque hay cada vez más mujeres en los medios de comunicación dedicadas al ámbito deportivo, aún queda mucho trabajo por hacer para lograr esa igualdad de género que sigue faltando en algunos aspectos.

H2: A pesar de la evidente evolución, las periodistas deportivas siguen apareciendo en un segundo plano, relegadas a deportes o actividades consideradas minoritarias y sin obtener la misma visibilidad que sus compañeros varones.

H3: Además de las claras diferencias en cuanto a la edad, puestos directivos, secciones que ocupan y el salario que reciben, las periodistas deportivas son infravaloradas, en algunas ocasiones, al realizar la cobertura de una información deportiva y no son tomadas tan en serio como sus compañeros, importando más otros aspectos personales que su papel dentro de la profesión.

H4: Todo esto es algo que tenemos muy interiorizado y normalizado aún y, por ello, nos cuesta reconocerlo y ser conscientes de dicha situación. La sociedad no es consciente realmente de que siguen existiendo aún desigualdades en este aspecto y que se sigue sin lograr una evolución completa en relación a las periodistas deportivas.

1.5. Metodología

En lo que se refiere a la metodología que he usado para este trabajo, hay que diferenciar dos enfoques principales en los que me centraré a lo largo de él:

- En primer lugar, realizaré un **análisis cuantitativo** de la situación de las periodistas deportivas mediante informaciones, datos y gráficos que muestren cuál ha sido el papel de las mujeres en la profesión y si ha habido o no evolución hasta el momento. Para ello he recopilado información desde las personas que han estudiado esta carrera y las que no han logrado entrar en este mundo laboral, hasta la ocupación real de las periodistas deportivas españolas en la actualidad y su papel dentro de la profesión.
- En segundo lugar, para el **análisis cualitativo**, he incluido las vivencias y opiniones de algunas periodistas deportivas para dar a conocer, más allá de los datos reales o los pensamientos que tengamos sobre esta situación, sus propias experiencias personales y su opinión acerca de las hipótesis de este trabajo.

Mediante una fusión de ambos enfoques pretendo desarrollar un estudio detallado acerca de la situación de las periodistas deportivas a lo largo de la historia hasta llegar a la actualidad. Esta situación no podríamos analizarla sin hacer hincapié en el propio deporte y la situación que también viven las deportistas.

Además, he querido realizar una encuesta que han respondido personas aleatoriamente, de dentro y fuera de la profesión periodística, para saber cuál es la opinión de la sociedad en este aspecto y si se asemeja o no a la realidad existente para valorar si se trata de un problema de falta de conocimiento o falta de interés general hacia lograr una igualdad en cuestión de género real.

Por último, es importante recordar que siempre tendré en cuenta los estudios anteriormente realizados sobre temas similares para poder apoyarme en algunas declaraciones de personas expertas o rebatirlos y ver la evolución que han sufrido algunos temas con el paso del tiempo y para ello elaboraré un marco teórico en el que fundamentar mi investigación.

Asimismo, me gustaría contestar a la pregunta planteada en los objetivos del presente trabajo y saber si la situación que han vivido y viven las periodistas deportivas es similar o no a la que se ha comprobado que sufren las deportistas en el estudio *“La invisibilidad de las deportistas en los medios: un análisis de la final del Eurobasket femenino de 2019 en el periódico Marca”*.

2. MARCO TEÓRICO

Para llevar a cabo el desarrollo del siguiente marco teórico he decidido dividirlo en distintos apartados. En primer lugar, hablaré del concepto, origen y breve descripción de la evolución de la profesión periodística, a continuación trataré el tema de las mujeres en el periodismo a lo largo de la historia, seguido de una breve aproximación histórica de la prensa deportiva y, por último, concluiré el apartado haciendo un repaso de los precedentes y la evolución de las mujeres y el periodismo deportivo.

2.1. La profesión periodística. Concepto, origen y breve descripción de su evolución

“El compromiso innato que tienen los profesionales del periodismo con la sociedad de mostrar la información lo más cercana posible a la realidad es atemporal e independiente al desarrollo tecnológico de la comunicación” (Robledo-Dioses, 2017)

A menudo se asocia la palabra periodismo con la búsqueda de información, una información veraz y de interés general, que despierte a la sociedad la necesidad de ser leída, vista o escuchada a través de los distintos medios de comunicación. Son muchas las definiciones que se han ido elaborando a lo largo de la historia sobre la profesión periodística, así como las teorías existentes acerca de su origen.

A lo largo del tiempo ha existido un continuo debate acerca de la aparición del término “periodismo” y su definición dependiendo de la época de la que hablemos. Según Antonio López de Zuazo en *Estudios sobre el mensaje periodístico* (1995), la definición de periodismo no se encuentra documentada hasta 1844. Por otra parte, “las ediciones del diccionario de la Real Academia Española recogen «periódico» (adjetivo en 1780, sustantivo en 1817), «periodista» (1822) y «periodismo» (1869, undécima edición)” (Zuazo, 1995).

Definición de **periodismo** según la Real Academia Española (2021):

De la raíz de *periódico* e *-ismo*.

1. m. Actividad profesional que consiste en la obtención, tratamiento, interpretación y difusión de informaciones a través de cualquier medio escrito, oral, visual o gráfico.
2. m. Estudios o carrera de **periodismo**.

Para muchos el primer periodista aparece en la Antigua Grecia en la figura de **Heródoto**, cronista, historiador y geógrafo que fue considerado el padre de la Historia como campo de estudio en el mundo occidental. “Su trabajo narrando los acontecimientos de su tiempo y razonando los motivos y consecuencias de los mismos podría asemejarse lo suficiente, salvando las distancias obvias, como para considerarlo una especie de reportero intrépido” (Delgado, 2019).

Muchos otros, en cambio, sitúan el origen de la profesión periodística en la conocida como **acta diurna de Julio César**, unos diarios escritos y colocados en el “Foro Romano” en el siglo I a.C., tallados en piedra o metal, en los que se anotaban los borradores de los negocios públicos y eventos sociales y políticos.

En ambos casos, la información estaba legitimada a las clases altas que tenían el conocimiento de la lectura y escritura y se complementaba con el trabajo de los *voceros* en un principio y, más tarde, los *juglares*: personas que daban las noticias oralmente, a veces mediante cánticos, para que la población las pudiera conocer.

A finales del siglo XV y principios del siglo XVI, la cultura comenzó a acercarse a las clases menos dominantes y empezó a hacerse uso de la propaganda y manipulación de los textos escritos. La aparición de la **imprensa** permitió que la burguesía incipiente (fundamentalmente comerciantes y profesionales con alguna formación) pudiera informarse gracias al abaratamiento de los costes de libros y textos escritos, por lo que las ideas comenzaron a extenderse más a menudo entre todos los estratos de la sociedad y dejaron a un lado el veto que sufrían hasta entonces con respecto a la información.

Empiezan a surgir las primeras publicaciones periódicas con fines informativos. En Venecia, “los *gazzetanti* eran documentos escritos hechos al momento en los que se recopilaba información económica de relevancia para los mercaderes” (Delgado, 2019). Recibían ese nombre porque su precio era de una *gazzetta* (moneda veneciana de la época).

“La primera publicación impresa de la historia que empezaba a asemejarse a un periódico apareció en Viena (1529) en forma de **mercurio**, nombre del dios mensajero romano que se daba a las hojas de noticias y que pedía a la población ayuda para defender la ciudad de los turcos. El formato del mercurio sería el que más proliferaría en la época” (Delgado, 2019).

Las primeras **gazetas** realizadas en imprenta aparecieron en los últimos años del siglo XV, trataban temas de interés general y las vendían las propias imprentas que las elaboraban, así como algunas librerías y vendedores ambulantes en las calles.

Un aspecto fundamental del periodismo es la periodicidad y esas *gazetas* tenían una periodicidad marcada, dependiendo de la cantidad de información que se recopilaba (algunas mensual y semanal la mayoría), y un carácter informativo, casi siempre al servicio propagandístico del Estado o la autoridad que autorizaba su publicación. Estas características las convierte en uno de los primeros casos claros de periodismo.

Hasta la llegada de la **Revolución Francesa** y a pesar de que ya las clases bajas habían empezado a informarse, el periodismo se caracterizaba por favorecer a las clases dominantes. Con la aparición de la **propaganda**, la prensa fue utilizada por estas clases para manipular a la sociedad, censurando informaciones a su antojo. Fue con la llegada

de la **Ilustración** que se comenzaba a debatir sobre temas culturales y con la Revolución francesa, en 1789, cuando la profesión periodística pasó a introducir en sus publicaciones una visión más revolucionaria que comenzaba a cuestionar los grandes poderes y que abrió paso a la **libertad de prensa**, a pesar de que aún se vería debilitada por gobiernos como el de Napoleón Bonaparte y los continuos vaivenes histórico-políticos que el continente europeo debería afrontar durante todo el siglo XIX y que, afectaron, directa o indirectamente, al reconocimiento y aplicación de la libertad de expresión y su manifestación a través de las publicaciones periódicas.

La libertad de prensa se presenta como “algo fundamental para el desarrollo de las libertades, (...) mejora la calidad de las noticias y mejora la periodicidad” (Reinoso, 2017). En España se reconocía oficialmente en 1810. Supone un gran adelanto, positivo y necesario para la sociedad y “abre un horizonte radicalmente (revolucionariamente) nuevo, que la Constitución de 1812 eleva al más alto rango; encomendando además a las Cortes en adelante el «proteger la libertad política de la imprenta»” (Almuiña, 2010).

Pero la verdadera **definición de periodismo**, y más cercana a la que conocemos en la actualidad, llegó a partir del siglo XIX con la **profesionalización del periodista** y la aparición de las primeras **agencias de noticias**. Reinoso, hace referencia a tres fases principales en este siglo: el **periodismo de opinión**, el **periodismo informativo** y, por último, el **periodismo de explicación** o de **interpretación**.

En el periodismo de opinión (1900-1914) predomina el periodismo político y no hay separación entre hechos y opiniones. A partir de la I Guerra Mundial, aparece el periodismo informativo, como antagonista del anterior, en el que lo que importa es transmitir la noticia en sí misma y, por último, en los 40 comienza a surgir el periodismo de explicación, motivado por la aparición de los nuevos medios. Aparecen la radio y la televisión y surge la teoría de la responsabilidad social, que considera que los medios tienen una posición privilegiada en la sociedad y que por eso deben ser responsables ante ella. Este tipo de periodismo, además de ofrecer la información, la sitúa en su contexto y da un razonamiento de ella (el estilo más parecido al que tenemos en la actualidad).

Con las **agencias de noticias** la información que recibe la sociedad ya no solo pertenece a sus gobernantes sino que se abre un abanico de oportunidades para comenzar a

informarse acerca de lo que ocurre en otros lugares más lejanos. De esta forma, al aumentar la información, aumentó la **objetividad**. Los periódicos comienzan a ganar credibilidad y a marcar las líneas principales de la profesión que llegan hasta nuestros días: la veracidad, el interés público y, en aquel momento, una línea muy ligada a la literatura.

Algunos de los hechos que modifican el periodismo fueron las transformaciones tecnológicas existentes (mejoras técnicas, de impresión, etc.) con el nacimiento de la prensa como negocio y no solo como una forma de política. De esta forma, cobró gran importancia la **publicidad** con la intención de aumentar beneficios que, a pesar de fracasar en su momento, hoy en día está muy presente en la profesión.

En el siglo XX, durante los períodos de conflicto y, sobre todo, en los países con regímenes dictatoriales, se produce un estancamiento y retroceso del periodismo volviendo a encontrar textos con mucha manipulación y propaganda, alejados de todo tipo de veracidad y búsqueda de información realista.

Tras la aparición del **fotoperiodismo**, la **radio** y la **televisión** emergen como nuevos formatos para transmitir las noticias en los que la imagen tomará un gran protagonismo. Un protagonismo que durará hasta nuestros días y que, a finales de los años 90 y principios del 2000, siguió aumentando con la llegada de **Internet**. Este nuevo soporte, en un principio, fue rechazado por temor a que provocara una gran crisis y posterior desaparición de los medios de comunicación tradicionales pero, en la actualidad, cada vez está más aceptado y la mayor parte de los medios de comunicación han optado por complementar sus tiradas en papel con las nuevas tecnologías. Se podría decir que, en nuestros días, ya no se entiende una sociedad sin este tipo de formatos y soportes complementarios a los tradicionales.

En cuanto al **perfil del periodista**, si bien es cierto que en los siglos XIX y XX los que escribían lo hacían con el fin de difamar a los adversarios y perdían todo tipo de credibilidad, en el periodismo informativo, “el periodista empieza a verse como un profesional que está al servicio de la sociedad, con la que se ha comprometido a contar la verdad sin que sus opiniones interfieran” (Reinoso, 2017).

Más tarde, en la fase de explicación, el periodista “es un profesional cualificado para estar al servicio del derecho de la información universal” (Reinoso, 2017). Algo que se mantiene con la incorporación de las nuevas tecnologías que han dado lugar a la creación de una mayor cantidad de noticias y de un periodismo aún más rápido y especializado.

“De esta forma, nos acercamos a la **naturaleza del periodismo**, aquella que presenta a sus profesionales como servidores de la sociedad y a la profesión como contribuyente al desarrollo de esta” (Robledo-Dioses, 2017). Kelly Robledo-Dioses hace mención en su estudio a los autores Kovach y Rosenstiel (2012) que señalan que “el propósito principal del periodismo es proporcionar a los ciudadanos la información que necesitan para ser libres y capaces de gobernarse a sí mismos”.

“El periodismo resulta ser, en definitiva (...), el método de informar sobre la actualidad e intermediar de forma inmediata y constantemente renovada en la comunicación social, que, mediante una expresión asequible al común denominador del público, combina recopilación, verificación, síntesis y clarificación de la información acreditada como relevante y cierta, con el máximo de exactitud posible, para servir desinteresadamente a los ciudadanos en su necesidad de un seguimiento preciso de los asuntos de interés público o potencialmente capaces de afectar sus vidas” (Dader, 2012, pág. 40).

Según White (2007) “la labor del profesional de comunicación es ayudar a construir una democracia correcta” y ser un buen periodista “no es simplemente saber cómo escribir, sino planificar cada artículo para que pueda contribuir a construir una mayor igualdad, mayor libertad, mayor justicia”. Por tanto, esto nos lleva a confirmar que la profesión periodística siempre aparece ligada al concepto de democracia ya que “aquellos que están capacitados en la comunicación y que se desempeñan como profesionales en los medios públicos desempeñan un papel crucial en la formación de instituciones del sistema democrático de gobierno y de la sociedad democrática” (White, 2007, pág. 51)

2.2. Las mujeres en el periodismo a lo largo de la historia

“La incorporación de las mujeres al mundo del periodismo ha sido lenta a la vez que abrumadora” (Ufarte, 2007)

Si mantenemos el pensamiento de White (2007) y afirmamos que el periodismo está ligado a la democracia, debemos tener presente que siempre que no se mantenga una

imagen igualitaria entre las mujeres y los hombres en la profesión, esto se transmitirá a la sociedad de forma negativa. De tal forma que dicha sociedad acabará recibiendo una información sesgada de la realidad y, a la hora de decidir sobre su futuro, no tendrá las mismas posibilidades que sus iguales varones para seguir la línea de unas referentes femeninas en la profesión.

Félix Santos (1995) hace referencia a uno de los eventos periodísticos, protagonizado por mujeres, que mayor relevancia adquirió entre la sociedad española cuando, hacia 1978, “un grupo de periodistas unieron sus fuerzas para buscar información y apoyo en el seno de esta profesión tan originariamente masculina con el objetivo de hacerse un hueco en el mundo de la información y dejar al margen las dificultades que tenían para desempeñar sus funciones”. Para ello, acordaron reunirse cada mañana en un conocido hotel de Madrid cuyo nombre dio paso al seudónimo de sus encuentros: los “**desayunos del Ritz**”. Estas reuniones se daban entre periodistas como **Consuelo Álvarez de Toledo, Pilar Urbano, Charo Zarzalejo y Julia Navarro**, entre otras.

Este grupo pionero no solo supo encontrar su propio lugar en la profesión sino que, además, consiguió que sus nombres figurasen entre las informaciones políticas más destacadas del momento (Ufarte, 2007).

Si echamos la vista atrás podemos comprobar como, a lo largo de la historia, las mujeres han luchado por hacerse un hueco en la profesión periodística y el mundo de la comunicación en general. De esta forma, entre la mitad del **siglo XVII y el siglo XX**, las mujeres tuvieron que enfrentarse a una sociedad machista, en todos los ámbitos, en la que poder afianzarse y consolidarse hacia un periodismo cada vez más igualitario pero en el que aún queda mucho trabajo por hacer.

En España, con la llegada de la dictadura, el periodismo sufrió una recaída en todos los aspectos y en todas sus secciones ya que solo quienes quería el régimen podían acabar siendo o no periodistas tras pasar por la Escuela de Periodismo (era obligatorio militar en la Falange para poder acceder a ella). Una vez más, las mujeres quedaron relegadas a realizar tareas consideradas meramente “femeninas” como el cuidado del hogar y seguir cumpliendo con el rol que les pertenecía en aquella época por el hecho de ser mujeres.

“Analizando los medios de comunicación deportiva existentes en España, se observa que no hay ni uno solo en que la información sea exclusivamente de carácter femenino. Lo único que se encuentra en el mercado son revistas dirigidas a las mujeres en las cuales las referencias al deporte se realizan en el sentido de ‘mantenerse en forma’ y no en su vertiente más profesional” (Gómez, 2017, pág. 45).

Más tarde, en los años 70, aparecen las Facultades de Ciencias de la Información para sustituir a la Escuela de Periodismo dirigida por el régimen y las mujeres comenzaron a llenar las aulas y a unirse a las redacciones. “Empezaron a sobresalir grandes profesionales, como **Montserrat Roig**, **Maruja Torres** o **Sol Gallego-Díaz** y, posteriormente, en radio y televisión, **Mercedes Milá**, **Gemma Nierga** o **Pepa Bueno**, por decir solo algunos nombres de la gran cantidad de comunicadoras que encontramos en nuestro país” (Las Gafas Violetas, 2018).

A pesar de ello, y aunque con el paso de los años las mujeres se han ido integrando en el periodismo y sus diversas especializaciones, todavía existen muchas barreras con las que se encuentran una vez dentro de la profesión.

La tercera sesión del ciclo *Periodismo: desafíos y realidades* (2018), organizada por el Centro Cultural Blanquema, contó con una ponencia titulada *Mujeres en el poder de los medios* en la que periodistas como Montserrat Domínguez (directora del *Huffington Post* en España), Lucía Méndez (jefa de redacción y columnista de *El Mundo*), Inmaculada Sánchez (directora de *El Siglo*) y Magda Bandera (directora de *La Marea*) se reunieron para hablar sobre si realmente están las mujeres en el poder de los medios, con Cristina Villanueva (periodista y presentadora de *La Sexta*) como moderadora.

Esta ponencia comenzó con la introducción de unos datos muy relevantes en este punto en el que nos encontramos: “ningún periódico de tirada nacional está dirigido por mujeres, el 64% de los periodistas que están en paro son mujeres, solo el 21% de los textos que se publican están firmados por mujeres, porcentaje que se rebaja hasta el 17% si hablamos de información política” (Villanueva, 2018).

En esta sesión se hizo mención a algunas de las barreras que se encuentran a la hora de acceder a los medios y, sobre todo, una vez en ellos. Monserrat Domínguez (2018)

considera que aunque hay muchas mujeres trabajando en los medios de comunicación y que ascienden a puestos relevantes, al igual que en otros ámbitos, “llega un punto en el que aparece un techo de cristal que impide seguir ascendiendo”.

“Los medios son el canal a través del que la ciudadanía accede a una determinada visión del mundo, son los que dictan la agenda social y política, y los que tienen la influencia de introducir determinados temas en la vida de las personas. De tal forma que si la sociedad está formada por un 50% de mujeres, pero solo unas pocas de ellas tienen el poder de transmitir la información, nos encontramos con una situación de injusticia, escasa visibilidad y representación” (Las Gafas Violetas, 2018)

Es por esto por lo que se necesitan voces de mujeres expertas y profesionales que motiven a las siguientes generaciones de periodistas a dedicarse a su verdadera vocación sin encontrarse barreras, de tal forma que puedan llegar a controlar esa agenda social y política y trabajar en igualdad de condiciones, tanto en medios generalistas como los especializados. Y que el género deje de ser importante y deje de marcar diferencias.

Son muchas las que han dejado su nombre grabado en la historia al lograr sobreponerse a la situación y las críticas y avanzar en su misión de ejercer la profesión.

Beatriz Cienfuegos, la primera periodista española (s. XVIII), cuya figura ha sido rescatada este año 2021 por la Biblioteca Nacional de España (BNE), publicó *La pensadora gaditana*, un periódico semanal que criticaba las costumbres y temas de interés. Nacido en contraposición a *El pensador Matritense*, publicado por Clavijo y Fajardo con una ideología antifeminista, Cienfuegos plasmaba en esta publicación sus ideas en forma de *pensamientos*. Con ella aparece “un nuevo ideal de mujer que «piensa con reflexión, amonesta con madurez y critica con chiste»” (Estandarte, 2021).

Carmen de Burgos, la primera corresponsal de guerra española, conocida como **Colombine**, obtuvo en secreto su título de maestra y se mudó a la capital para ejercer de ello. A partir de ese momento comenzó a escribir para algunos de los medios de comunicación más conocidos y, más tarde, empezó a dedicarse al periodismo viaje tras viaje. De esta forma, se convirtió en la primera mujer en enviar a España las informaciones relacionadas con los conflictos bélicos en los que se encontraba.

En el ámbito del fotoperiodismo, **Joana Barnés** es considerada la primera mujer en dedicarse a esta especialización en España. Decidió estudiar en la Escuela Oficial de Periodismo y, posteriormente, comenzó a cubrir diversos acontecimientos y a realizar sus fotografías.

María Luz Morales Godoy, a pesar de ser silenciada por el franquismo, logró dedicarse al periodismo cultural, convirtiéndose así en una de las pioneras en hablar de cine, moda, música, etc. En su época en *La Vanguardia* firmaba con un nombre masculino para poder mantener su puesto de trabajo y, tras el estallido de la Guerra Civil Española, la nombraron directora del periódico. Sería **la primera mujer en encabezar un periódico de tirada nacional**.

Tanto ellas como muchas de sus compañeras han ido abriéndose paso en un mundo y una profesión llena de hombres. De esta forma, muchas se vieron obligadas a utilizar diferentes tácticas para mantenerse en la profesión como, por ejemplo, el uso de seudónimos o nombres masculinos a la hora de firmar sus informaciones para que fueran aceptadas. Con el paso del tiempo, siguieron optando por llevar a cabo alternativas que les permitieran seguir ejerciendo como periodistas y, además, ser reconocidas como realmente se merecen y con un público afín. Así se fueron creando medios de comunicación alternativos de mujeres, donde las nuevas tecnologías han ocupado un papel muy importante en las últimas décadas.

La creación de estos nuevos medios de comunicación implica la creación de un nuevo concepto en la profesión: la **prensa femenina**. Y este nuevo concepto, a pesar de elevar la capacidad de muchas mujeres de informarse sobre diversos temas y, desde dentro de la profesión, escribir sobre ellos, remueve la idea estereotipada que existe en la sociedad hacia las mujeres.

Una idea que sitúa a las periodistas que se dedican a este tipo de prensa en secciones que siempre han suscitado un menor interés por parte de la sociedad (cultura, moda, hogar, etc.). Y, de la misma forma, sitúa a sus lectoras en una visión de las mujeres que solo deben preocuparse por esos conceptos en su vida. “Suele admitirse que las revistas

femeninas son aquellas que tienen como principales destinatarias a las mujeres” (Menéndez & Figueras, 2013).

Las mujeres han estado durante años relegadas a segundos planos en los que, únicamente, debían preocuparse por mantener a su familia y el hogar. Por tanto, las informaciones que consumen están ligadas, claramente, a este tipo de secciones. En cambio, los hombres, que siempre han tenido la posibilidad de elegir lo que les gusta y quieren hacer, pueden optar a informaciones más “importantes” en la sociedad como puede ser la economía, la política o el deporte.

Con este concepto de *prensa femenina* o *periodismo femenino* son los propios medios de comunicación quienes transmiten estos estereotipos que acaban calando en nuestras mentes a pesar de pasar inadvertidos, aparentemente.

“Como todas las construcciones sociales de la realidad, las que elaboran los medios de comunicación son ideológicas y por ello tienen consecuencias sobre la propia realidad social; en muchas ocasiones las vidas de mujeres y hombres han sido construidas alrededor de modelos “falsos y artificiales”. Es en este marco que se sigue definiendo al hombre por su situación profesional, asociada al ámbito público; mientras que casi siempre la mujer se presenta solamente vinculada a su situación familiar, correspondiente al ámbito privado y doméstico” (Burkle & Menéndez, 1997-98; 2001).

2.3. Breve aproximación histórica a la prensa deportiva

“En sus inicios el periodismo vio en el deporte una materia menor, pero poco a poco fue creciendo la cobertura sobre él al concienciarse sobre el interés que despertaba entre la población” (Montero Ramos, 2018).

A partir del siglo XIX, con la profesionalización del periodismo, el reconocimiento de la libertad de prensa y la evolución en las técnicas de impresión, comenzó el auge de la profesión periodística. Con el paso de los años y la aparición de las diferentes especializaciones, el deporte se empezó a convertir en uno de los ámbitos que más expectación e interés generaban y, por tanto, el periodismo deportivo comenzó a crecer hasta convertirse, como en la actualidad, en la especialización periodística más demandada por la sociedad y los medios de comunicación.

Los medios se sirvieron del deporte para ganar seguidores y, recíprocamente, ayudaron al crecimiento de estas actividades otorgándolas una difusión mayor. (...) Ello obligó a crear un nuevo periodismo especializado que fuera capaz de informar de unas actividades cada vez más desarrolladas (Montero Ramos, 2018, pág. 75).

Las primeras informaciones relacionadas con el ámbito deportivo en España aparecieron a mediados del siglo XIX mediante la influencia de la prensa inglesa y francesa. Más tarde, surgieron las especializaciones relacionadas con el deporte. A partir de ese momento, las informaciones deportivas “solían dedicarse a un deporte en concreto o a deportes de una misma familia, en este caso a la caza y la colombofilia” (Fumero Gutiérrez, 2016, pág. 8).

El deporte comenzó a profesionalizarse y pasó de ser un simple juego y una forma de entretenimiento a convertirse en una actividad profesional que, con el paso de los años, fue adquiriendo más importancia y relevancia por lo que los medios de comunicación comenzaron a interesarse por ese deporte “profesionalizado” que atraía a la sociedad.

En los años veinte, las cabeceras deportivas que habían ido surgiendo se convirtieron en diarias y, a partir de ese momento, se impuso el tipo de prensa deportiva de la actualidad. “En Madrid surgen diversas cabeceras como la *Revista Ilustrada del Sport* desde 1900, aunque su cometido inicial era un semanario político y literario, *España Sportiva* aparece en 1912, *Heraldo deportivo* en 1915 o *Madrid Sporting* en 1922” (Alcoba, 1993, pág. 67).

Carl Warren ya afirmó entonces que “según las encuestas, un 80 o 90 por ciento de los lectores son aficionados y que ningún otro tema especializado atrae a una audiencia tan vasta” (Fumero Gutiérrez, 2016, pág. 13).

Podría decirse que la información deportiva existió desde el momento que la sociedad empezó a tener conocimiento de juego y competición. En las pinturas rupestres ya encontramos elementos indicadores de la actividad deportiva y años más tarde encontramos relatos sobre juegos Funerarios realizados por Homero en La Ilíada y Odisea que describen las competencias que se realizaban en dicha época (Alcoba, 1993).

Asimismo, los primeros informadores de temas deportivos no eran periodistas sino aficionados que realizaban comentarios y escribían artículos sobre los eventos a los que acudían. En un primer momento, estos artículos solo estaban dirigidos a un público minoritario, también de aficionados, pero con el paso del tiempo y gracias al interés y curiosidad de los espectadores, mejoraron y comenzaron a realizarse informaciones más profesionalizadas y, por lo tanto, requerían a un profesional de la información y comunicación al mando.

Antonio Alcoba hace hincapié en que al ser el deporte una “actividad abierta a todas las razas, ideologías y religiones” comienzan a aparecer organizaciones deportivas especializadas como los clubes y las federaciones. “El periodismo deportivo se convierte en un miembro en la construcción de la realidad social, por lo menos del ámbito deportivo” (Fumero Gutiérrez, 2016, pág. 14).

Al igual que en los medios de comunicación existen distintos tipos de especializaciones, dentro del deporte hay también un sinfín de especialidades, por lo que deben existir diferentes expertos en cada una de ellas.

“En aquellos deportes menos conocidos por la sociedad la labor pedagógica del periodista resulta fundamental para que la audiencia comprenda sus entresijos, mientras que en aquellos que son más populares, el público exige que se le ofrezca un nivel mayor de conocimiento del que él ya posee. Pero al mismo tiempo que profundiza en lo particular de la práctica deportiva, el periodismo deportivo debe tener siempre presente su visión global” (Montero Ramos, 2018, pág. 76).

En la Tesis doctoral de Montero Ramos, *Deontología del periodismo deportivo. Principios fundamentales y tratamiento en prensa* (2018) el autor hace referencia a los **elementos básicos de la comunicación periodística deportiva** siguiendo el modelo de comunicación de Lasswell: emisor, receptor, mensaje, canal y efectos.

Siguiendo su investigación, nos centraremos en los cuatro primeros:

- La figura del **emisor** radica en el periodista deportivo. Los pioneros eran considerados, en palabras de Alcoba (2005), “periodistas de segunda” ya que

consideraban que cualquiera podía informar sobre asuntos deportivos, al igual que se había hecho en los inicios de la profesión.

Hoy, siguen viviéndose algunas situaciones de descrédito hacia la figura del periodista deportivo y, más aún, de las periodistas deportivas, en comparación con el resto de medios generalistas. Por ello, se crearon diversas asociaciones para defender y salvaguardar los derechos de los profesionales deportivos de la comunicación. Entre esas asociaciones se encuentra la Asociación Internacional de la Prensa Deportiva, de la que España forma parte con la Asociación Española de Prensa Deportiva.

- En cuanto a la figura del **receptor**, estamos hablando de los espectadores y aficionados que quieren informarse acerca de sus deportes preferidos.

La mayoría de los medios de comunicación del mundo incluyen una sección de periodismo deportivo y, en España, esta especialización ha ido escalando puestos hasta convertirse en el género más demandado por los lectores.

Según datos recogidos en el Estudio General de Medios (EGM), los diarios deportivos españoles más importantes de los últimos años (*Marca*, *As*, *Sport* y *Mundo Deportivo*) han ido copando los primeros puestos en el ranking de lectores de **prensa escrita**. Tal es así que en el último estudio EGM², en 2021, a pesar de aumentar los lectores de los medios generalistas (4.943 en total) en comparación con los lectores de diarios deportivos (1.177), *Marca* se sitúa en el primer puesto en relación al total de lectores diarios, con 1.073 lectores diarios, por encima de *El País*, que tiene 897 lectores al día. Es decir, aunque este año, debido a la situación sanitaria originada por la Covid-19, las informaciones de diarios generalistas han aumentado el número de lectores, un medio especializado y deportivo sigue ocupando el primer puesto en el ranking de lectores diarios, un puesto que mantiene desde el año 2000, aproximadamente.

² Datos del Estudio General de Medios (EGM) correspondiente a la 1ª Ola del año 2021 extraídos de la página web de la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. Para consultar estos datos: <https://www.aimc.es/blog/entrega-resultados-egm-1a-ola-2021/>

En el caso de la **televisión**³, *Movistar La Liga* se sitúa en el cuarto puesto de telespectadores en el ranking de los canales temáticos de pago (1.885). Los Juegos Olímpicos de Río de Janeiro 2016 fueron transmitidos por televisión a 5.000 millones de espectadores de todo el mundo, según los datos del Comité Olímpico Internacional (COI). Durante varias semanas, esta edición batió todos los récords de audiencia en televisión (García, 2021). En 2018, el Mundial de Rusia fue visto por más de 3.500 millones de personas, según la FIFA. Ambos eventos deportivos son los que siempre han disfrutado de una mayor audiencia televisiva, seguidos por el Mundial de Rugby, que en la copa del Mundo de Brasil 2014 contó con 1.100 millones de espectadores.

Otro evento indiscutible para los aficionados del deporte es el *Clásico*: Real Madrid vs Barcelona. Teniendo en cuenta que el fútbol es el deporte más popular y universal, el *Clásico* es uno de los partidos que más espectadores reúne ante la televisión, seguido de la Champions League. Esta última es la máxima competición de clubes a nivel europeo y cuenta con una audiencia de, aproximadamente, 650 millones de espectadores en 180 países. En 2018, la audiencia de la final de la competición se elevó a 350 millones de espectadores.

En el ámbito **radiofónico**⁴, la *Cadena Ser* lidera el ranking de audiencia española con 4.113.000 oyentes, según la primera ola del EGM 2021. En segundo lugar se encuentra la *COPE*, con 3.220.000 oyentes, seguida de *LOS40*, con un total de 2.923.000 oyentes y *Cadena Dial* con 1.965.000 oyentes.

Cadena Ser es líder en todos los programas deportivos: A mediodía, Francisco José Delgado ‘Pacojó’, con *SER Deportivos*, logra unir de lunes a viernes a más de 350.000 oyentes. Por su parte, *El Larguero*, dirigido por Manu Carreño, está en primera posición (773.000 oyentes), por delante de *El Partidazo de COPE* (750.000) y *El Transistor* de Onda Cero (239.000). El fin de semana también lidera el ranking de la audiencia deportiva, con *Carrusel Deportivo*, tanto el sábado como el domingo con un total de 1.713.000 oyentes, por encima del resto de emisoras y secciones deportivas.

³ Datos obtenidos del EGM correspondiente a la 1ª Ola 2021 y de la siguiente página web: <https://www.888sport.es/blog/eventos-deportivos-audiencia-television>

⁴ Datos obtenidos de la *Cadena Ser*. Para consultar estos datos: https://cadenaser.com/ser/2020/04/06/sociedad/1586150151_994858.html

- El **mensaje** se trata de la información que los medios de comunicación comparten con el público sobre temas relacionados con el ámbito deportivo. Al igual que en las informaciones generalistas hay distintos tipos de géneros en la especialización (informativo, interpretativo y de opinión) y la forma de publicación es prácticamente idéntica a la del resto del periodismo.
- En cuanto al **canal**, el periodismo deportivo español ha ido creciendo y alzándose con los primeros puestos de elección por parte de los medios de comunicación. Por ello, a pesar de que la prensa escrita fue el primer canal por el que se empezó a transmitir la información deportiva y son los periódicos y revistas quienes logran una mayor audiencia y número de lectores, con el surgimiento de las cadenas de radio y televisión, las informaciones deportivas se han extendido por todos los canales. La radio permitió dar emoción al relato de los eventos deportivos y la televisión poder visualizar las “jugadas” en directo.

Por último, con la llegada de **Internet**, no podemos olvidar este formato a la hora de considerarlo un canal más de transmisión de información deportiva que, además, cuenta con un añadido al resto de canales: la reciprocidad con el público. Además, los propios medios de comunicación pueden aprovechar este formato para compartir de forma digital sus contenidos, tanto generalistas como especializados.

2.4. Las mujeres y el periodismo deportivo. Precedentes y evolución

“En la actualidad, los informativos, los políticos, e incluso la misma sociedad, reconoce a “los medios como el cuarto poder, por ello tienen la capacidad de guiar a la sociedad a donde quieren y provocar que la audiencia actúe de una u otra forma” (McLuhan). Si estos comienzan a poner a las mujeres como imagen en los deportes al igual que a los hombres, la audiencia que gusta de estos programas, comenzará por aceptar poco a poco a las mujeres en el área, sin siquiera notarlo” (Fumero Gutiérrez, 2016).

Durante muchos años no era de recibo ver a mujeres realizar deporte ya que “no era su cometido” y no estaban “creadas” para ello. Sin embargo, éstas han sabido demostrar su capacidad tanto física como mental para enfrentarse a todo tipo de situaciones contrarias a ellas y lograr alzarse con los primeros puestos. En los Juegos Olímpicos de París (1900)

se permitió **participar a las mujeres por primera vez en la historia** y, aunque con un gran desnivel de participantes (975 hombres y, tan solo, 22 mujeres), a partir de ese momento han ido evolucionando y mostrando su valía hasta conseguir, poco a poco, reconocimiento en su profesión.

Si bien es cierto que el deporte español ha ido ganando peso a nivel mundial y nuestros deportistas, tanto hombres como mujeres, están haciendo un gran trabajo y alzándose con los mejores puestos en cada competición, cuando hablamos de la representación mediática y repercusión social que reciben hay una gran diferencia dependiendo del sexo del que se trate. Las categorías masculinas siguen disfrutando de una mayor atención y reconocimiento que las femeninas, como se puede comprobar en casos como el de **Amaya Valdemoro** (baloncesto), **Garbiñe Muguruza** (tenis), **Laia Sanz** (trial, rally) o **Marta García** (automovilismo), entre otros (Núñez, 2020).

El deporte aún es un ámbito en el que las mujeres no han alcanzado el nivel de reconocimiento que merecen. Deben demostrar mucho más y, aún así, siempre serán comparadas con sus homólogos masculinos. Esa comparación alimenta las diferencias y favorece a los hombres dejando a las mujeres en un segundo plano.

Es sencillo observar que la visibilidad del mismo deporte es distinta dependiendo del sexo que lo practique y la representación femenina en los medios, además de ser mucho menor, aparece de forma estereotipada y sexualizada, dando más importancia a su físico, su vida personal y su forma de conciliar el deporte con la vida familiar que a su profesionalidad.

Los inicios de las mujeres en la profesión periodística tampoco fueron fáciles. Para ellas, la plena integración en estas redacciones generalistas, y aún más en las deportivas, tardó mucho más tiempo en llegar. Las primeras que empezaron a aparecer en la prensa pertenecían a la burguesía y tenían contactos para lograr que sus escritos fuesen publicados, aunque, en su mayoría, bajo seudónimos masculinos (Las Gafas Violetas, 2018).

En estos inicios, la primera mujer que hizo historia en la profesión dentro de la especialización que nos atañe fue **Mari Carmen Izquierdo**, al ser la **primera periodista deportiva en España**. Además, fue la primera mujer que trabajó en *As*. Allí empezó

como becaria y, al año, entró en Televisión Española, donde desarrolló la mayor parte de su carrera profesional presentando los deportes, programas como *Estudio Estadio* y cubriendo algunos de los acontecimientos más importantes del panorama deportivo (Mundiales, Europeos, Juegos Olímpicos, etc.). “De 1993 a 2002, fue presidenta de la Asociación Española de la Prensa Deportiva y después, directora general adjunta del Plan ADO” (Arroyo, 2019).

Si hablamos de mujeres pioneras en periodismo deportivo no podemos dejar de mencionar a **Olga Viza**, una periodista que cubrió todas las ramas de la profesión periodística, incluida la deportiva. Su carrera comenzó en *Polideportivo* (TVE) tras ocupar el puesto que había dejado **Mercedes Milá**. Además, fue quien cubrió el Mundial de España’82 y los Juegos Olímpicos de Barcelona (1992), dos de los acontecimientos más importantes celebrados en España. Por otro lado, “la catalana también ha cubierto las mayores competiciones del mundo del motor, es decir, el Mundial de Motociclismo y el Mundial de Fórmula Uno” (Arroyo, 2019).

Otra de las pioneras, **María Escario**, es uno de los rostros más conocidos de Televisión Española como presentadora de deportes y del informativo. En 2002 estuvo nominada por la Academia de la Televisión como Mejor Comunicadora de programas informativos y, en 2013, recibió el premio Ondas a mejor presentadora. Como muchas de sus compañeras en los inicios, comenzó informando sobre los deportes minoritarios y se especializó en gimnasia rítmica. Desde entonces, ha cubierto siete Juegos Olímpicos de verano y tres Mundiales de fútbol. En la actualidad realiza reportajes en el apartado “Enfoque” del Telediario donde hace una mirada al mundo del deporte de una forma más pausada.

Paloma del Río llegó en 1986 a la redacción de Televisión Española. Conocida como “la voz del deporte”, la periodista comenzó su trayectoria como becaria y, al igual que María Escario, al llegar allí se encontró con todos los deportes mayoritarios ocupados. Algo que no le preocupó ya que ella siempre quiso dar voz a los minoritarios que, además de considerarlos en muchas ocasiones “más interesantes”, le dieron la oportunidad de cubrir algunas de las competiciones más importantes del mundo del deporte. Entre las más características: ocho Juegos Olímpicos de verano, seis de invierno y más de cien Mundiales y Europeos.

Julia Luna, como le ocurre a Paloma Del Río, es conocida por su voz y no por su cara. Una periodista deportiva de Televisión Española que ha cubierto 7 Juegos Olímpicos, desde los de Barcelona hasta los últimos de Río. Especializada en natación, natación sincronizada, saltos y aguas abiertas, fue la privilegiada que pudo narrar en los Juegos Olímpicos de Pekín 2008 los 8 oros de Michael Phelps y, en Río 2016, la carrera de 200 mariposa que hizo campeona olímpica a Mireia Belmonte.

Teniendo en cuenta que, en nuestro entorno social, el deporte es un ámbito relacionado con el hombre, la profesional del periodismo es considerada poco preparada para informar acerca de esta temática (Castilla & Linares, 2015, pág. 42). Por ello, las periodistas deportivas quedaban relegadas a cubrir informaciones consideradas de menor importancia para que sean ellos quienes puedan participar en las actividades más importantes.

María Escario afirmó en una entrevista para *20 Minutos* que, en sus inicios, al llegar a la redacción se vio obligada a tratar temas relacionados con los deportes minoritarios porque los deportes “estrella” ya “estaban absolutamente copados por hombres”. Ella decidió dedicarse a la gimnasia rítmica para ir abriendo camino en el periodismo deportivo y a los seis meses de su entrada ya estaba cubriendo un Mundial. “Me agarré a eso porque, cuando entré, me dijeron que me dedicara a deportes de mujeres por aquello de “niña no molestes mucho” y eso hice y a través de eso conseguí llegar igual”, aseguraba.

Además de los deportes minoritarios, las informaciones que son consideradas de “menor importancia” también son aquellas relacionadas con los deportes femeninos, un ámbito que sufre tanta discriminación o más que las periodistas deportivas. Esto muestra que no es solo una cuestión de profesionalidad, sino más bien, “del machismo que se sufre en nuestro país con respecto a las mujeres que están apartadas de diversos sectores, sobre todo del periodismo deportivo” (Castilla & Linares, 2015, pág. 42).

Para la sociedad, la imagen de mujer como periodista deportiva conlleva un estereotipo marcado por la apariencia física que ha podido apreciarse, a menudo, en los medios de comunicación. En este aspecto y según diversos estudios realizados, se puede comprobar como las periodistas deportivas están más presentes en las pantallas de televisión que en

los medios radiofónicos. La radio apenas tiene ejemplos de periodistas mujeres tratando temas deportivos pero sí aparecen en programas de sociedad. En cambio, en las pantallas sí podemos encontrarnos mujeres informando sobre el ámbito deportivo. Eso sí, se trata de mujeres que aparecen atractivas físicamente y, muchas veces, solo se les da voz para hablar de las redes sociales o intervenir en ciertas ocasiones, con mucho menos tiempo que sus compañeros.

“Son, al final, los propios medios los que alimentan estas diferencias y estereotipos sociales que rodean al mundo de la mujer como profesional de los medios, y sin una solución a este problema, que está fuertemente arraigado en nuestra actualidad social, nunca podremos ver un trato igualitario de las mujeres en los medios de comunicación, a nivel tanto profesional como a temática propuesta en sus páginas. Son estos medios los que, desde su papel fundamental en el proceso de socialización deben ejercer el cambio social y luchar por la igualdad entre profesionales de la comunicación, indistintamente del sexo que estos tengan” (Castilla & Linares, 2015).

Las periodistas deportivas, desde los inicios, están en el punto de mira de todo el mundo. Cuestionadas por sus conocimientos por los espectadores y sus propios compañeros y jefes. Ellas han tenido que demostrar siempre su valía como conocedoras y profesionales de la información deportiva mientras que, en el caso de los hombres, se les presupone un conocimiento deportivo desde su nacimiento.

Al considerarse que la mujer en el deporte es un ente extraño, ni el deporte femenino es mediático ni se respeta el trabajo de las periodistas deportivas, sobre todo el puesto de reporteras a pie de calle (Las Gafas Violetas, 2018).

En la celebración del *I Encuentro sobre Feminismo* (2018), muchas de las asistentes al acto, profesionales de los medios de comunicación, relataron sus experiencias como periodistas deportivas. Allí explicaron cómo las situaciones que han tenido que vivir en la profesión pueden ir desde “comentarios obscenos” hasta “contactos físicos no deseados” por parte, incluso, de algunos jefes.

Entre alguno de los ejemplos mencionados, en el verano de ese mismo año un aficionado le dio un beso a María Gómez, periodista deportiva de *Mediaset* por aquel entonces,

mientras cubría el Mundial de Fútbol en Rusia y, tras esta situación, al ver que muchas de sus compañeras habían pasado (o estaban pasando) por lo mismo, decidió denunciarlo públicamente en uno de los programas que daban información especial sobre el Mundial.

Esta realidad es algo que no solo se vive en nuestro país, sino que ocurre en todo el mundo. Un ejemplo de ello es la campaña “Deixa ela trabalhar” en la que “numerosas periodistas deportivas brasileñas denunciaron el acoso sexual y el machismo existente en su profesión” (Las Gafas Violetas, 2018).

A día de hoy, aún son muchas las mujeres que tienen que elegir entre su futuro personal y laboral y a las que les cuesta mucho trabajo dedicarse a la profesión periodística. Y las que lo consiguen, una vez dentro, tienen que seguir enfrentándose a algunas barreras que siguen estando presentes en la actualidad.

““Las mujeres que sí logran incursionar en este terreno se enfrentan a muchas barreras que dificultan e incluso impiden su desarrollo en las industrias de los medios: acoso sexual, (...) remuneración desigual, eximio conocimiento por el trabajo realizado y aplicación del ‘techo de cristal’”, una barrera que persigue a la mujer en cualquiera de los ámbitos en que desarrolla su carrera profesional y que todavía la sociedad actual no ha sido capaz de eliminar” (Gómez, 2017).

3. DESARROLLO

“El periodismo es fundamental para la ciudadanía. Durante mucho tiempo fueron los hombres quienes dieron a conocer las novedades del día a día. Ellas no escribían pero, a veces, sí se escribía para ellas aunque de un modo muy estereotipado. En ese mundo dominado por varones, algunas mujeres tomaron las riendas de la información y escribieron magníficos artículos. Sus trabajos supusieron un hito histórico en el periodismo” (Ripoll, Torres, Varcárcel, & Yun, 2020).

Si existe un tema que ha sido profusamente abordado y analizado en el ámbito del desarrollo en todos los países del mundo, éste ha sido sin duda el del género (Ágora, 2016). El papel, el rol que desempeñan las mujeres en la sociedad, en cada sociedad. Porque el papel de las mujeres varía dependiendo del lugar en que se encuentren, su realidad es distinta según su ubicación en el mundo. Generalmente, la situación es mejor

en países más desarrollados y hay una discriminación más marcada en los que están en vías de desarrollo. Y todo ello tiene que ver con la cultura, las religiones, las tradiciones, etc.

La sociedad relegaba a las mujeres al ámbito familiar y para conquistar otros roles públicos se vivieron numerosas reivindicaciones. Esta lucha que se llevaba a cabo en los países desarrollados fue posible gracias al acceso a la educación formal por parte de las mujeres. Dicha educación les proporcionó formación e información, poderosas armas para luchar por la igualdad social.

Como vemos, este es un tema generalizado en todo el mundo y a todos los niveles. Por ello, es lógico que se refleje en distintas esferas de la vida y en distintas profesiones, como en el ámbito del periodismo. Lo que resulta sorprendente es que, todavía en estos tiempos, esté tan arraigado y sigan existiendo tantas diferencias.

En el mundo de la comunicación, a pesar de haber sido negadas en un principio, desde aquel primer momento en que las mujeres se empezaron a abrir paso en los medios han cambiado muchas cosas. Sin embargo, aunque podríamos hablar de una normalización de las mujeres como periodistas y, en ocasiones, parezca que ya está todo el trabajo hecho, aún queda mucho por conseguir ya que las condiciones en las que se encuentran todavía no son las mismas que las de sus compañeros varones.

En los cuarenta años de democracia española se han dado pequeños pasos en el avance hacia una sociedad igualitaria, pero la desigualdad de género sigue formando parte de la sociedad, del periodismo y del periodismo deportivo (Canela, 2020, pág. 27). Se presupone que las mujeres que quieren practicar deportes se alejan de su “feminidad” porque se trata de una materia considerada por y para los hombres y, por eso, lo que estarían es acercándose a los roles masculinos. Además, esta cuestión de masculinizar el deporte en general avanza hacia el periodismo deportivo y podría hacer que las mujeres perdieran ese interés hacia los deportes, tanto para practicarlos como a la hora de informar sobre ellos. Aún así, ellas no han cedido, demostrando (tanto las deportistas como las periodistas deportivas) que han sabido luchar contra las distintas adversidades que se les han presentado para lograr acercarse a una realidad más igualitaria, en la que aún no estamos hoy en día pero que se espera alcanzar.

Para llevar a cabo el desarrollo de la presente investigación analizaré diferentes temas que pueden dar visibilidad a esta desigualdad de género aún presente en nuestros días, como pueden ser la brecha salarial, el techo de cristal, la conciliación familiar y laboral o el lenguaje sexista e hipersexualización que sufren las mujeres en estos ámbitos.

Desde que somos pequeños nos diferencian en todo tipo de situaciones, acercándonos más a distintas actividades y deportes dependiendo de nuestro género. Esto es algo que influye de manera muy clara e importante en nuestro continuo crecimiento y nuestro rumbo en la vida. Una condición que, sin que seamos conscientes de ello, marca nuestras aficiones y gustos y en algún momento, tras las diferentes vivencias que adquirimos, nos invita a inclinar nuestra balanza hacia una u otra decisión como, por ejemplo, la profesión que elegimos.

En el caso del periodismo, ésta comenzó como una profesión única y exclusiva de los hombres en la que las mujeres no tenían hueco porque debían dedicarse a aspectos de su vida privada sin intervenir en terrenos o esferas públicas. Aún así, son muchas las que lucharon contra esta situación en los distintos ámbitos de nuestra historia y, entre ellas, las que lucharon por abrirse camino en la profesión periodística y que han logrado que, hoy en día, muchas mujeres quieran comunicar y formar parte de esta profesión que, en cierto modo, también ayuda a que las futuras niñas y mujeres que quieran decidir sobre su futuro puedan hacerlo con toda la información posible y sabiendo que en los medios de comunicación también hay muchas mujeres presentes, a pesar de que reciban una atención inferior.

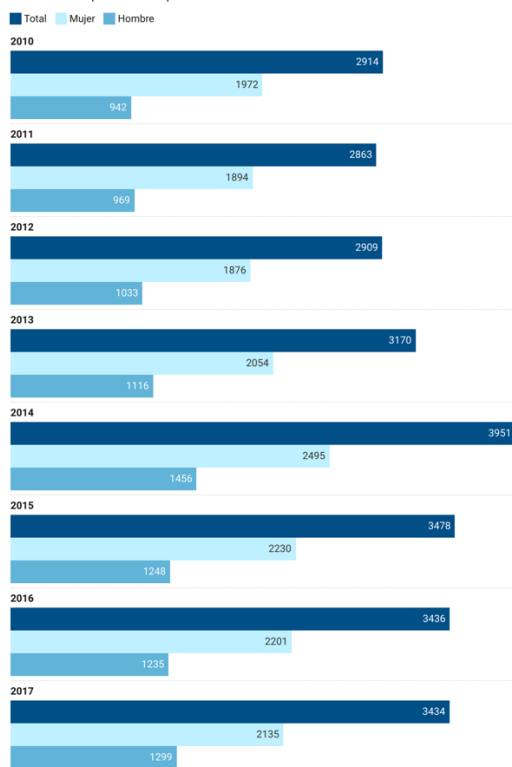
Siguiendo el reportaje realizado para la agencia de comunicación *AmecoPress*, sorprende ver cómo, a pesar de que cada año el número de mujeres supera al de hombres graduados en la carrera de periodismo, ellas siguen encabezando los primeros puestos de personas paradas en la profesión. Si hacemos un breve repaso a través de los años podemos observarlo:

- Ningún año, entre 2010 y 2017, hubo más hombres que mujeres con el título de periodista, ni siquiera el año 2011 que, a pesar de ser el que cuenta con el menor número de graduados totales (2.863), sigue con un mayor número de mujeres

(1.894) que de hombres licenciados (969) (Gráfico 1). Pese a ello, durante estos años, hubo casi más de la mitad de mujeres paradas que de hombres en el ámbito periodístico (Gráfico 2).

Estudiantes graduados en periodismo por sexos (2010-2017)

Pasar el cursor por las barras para visualizar los datos



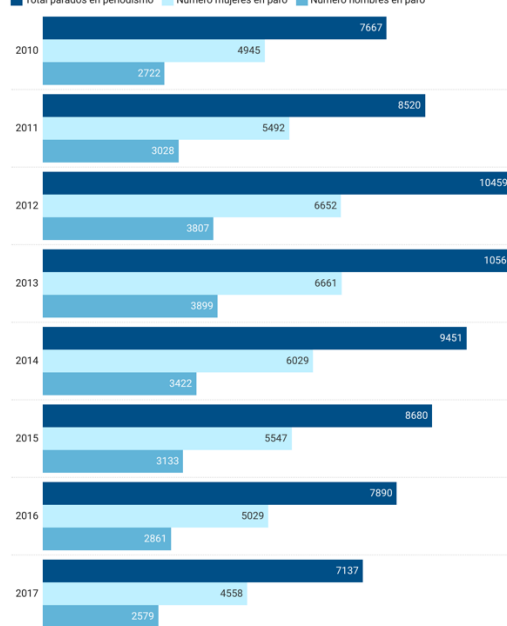
Informe Anual de la Profesión Periodística, 2018, con datos de Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (MECyD) y del Instituto Nacional de Estadística (INE). Cifras en alumnos titulados. 2012-2017, con datos MECyD; 2011, con datos INE. Desde 2012 se contabilizan los licenciados y los graduados en Periodismo.

Gráfico: Andrea Núñez • Creado con Datawrapper

Gráfico 1. Fuente: elaboración propia

Número de parados en periodismo por sexo (2010-2017)

■ Total parados en periodismo ■ Número mujeres en paro ■ Número hombres en paro



Informe Anual de la Profesión Periodística, 2018. Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Trabajo, Migraciones y Seguridad Social. Servicio Público de Empleo Estatal. Cifras absolutas y porcentajes. Datos a septiembre de ambos años.

Gráfico: Andrea Núñez • Creado con Datawrapper

Gráfico 2. Fuente: elaboración propia

- En el año 2018, aunque hubo un ligero avance, la situación continuó siendo la misma. Según el **Informe de la Profesión Periodística 2019 de la Asociación de la Prensa de Madrid (APM)**, ese año se graduaron en España un total de 6.401 estudiantes de Periodismo y Comunicación Audiovisual.

En este caso, aproximadamente el 63% fueron mujeres y el 37% restante, hombres. En cambio, como ya vimos en años anteriores, en el ámbito laboral la situación se invierte: quienes trabajan en la profesión son, en su mayoría, hombres.

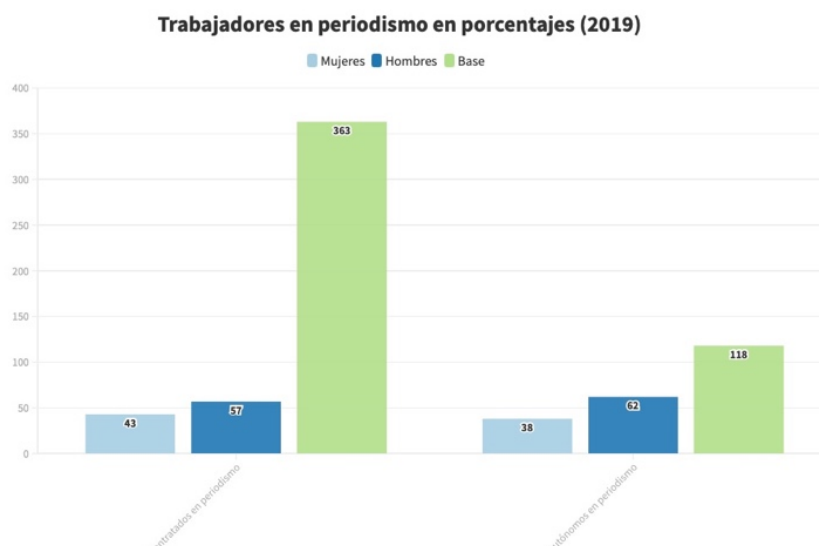


Gráfico 3. Personas graduadas y autónomas en periodismo por sexos. Fuente: elaboración propia

Link al gráfico: <https://public.flourish.studio/visualisation/5260817/>

- Durante el curso 2018-19, el último estudio ***Igualdad en cifras MEFP 2021***, muestra que las mujeres matriculadas en las carreras de ciencias sociales, periodismo y documentación fueron el 64'2%, frente a un 37'6% de hombres graduados. En cambio, mediante el ***Informe Anual de la Profesión Periodística 2020*** podemos observar el continuo avance de las diferencias existentes dependiendo del sexo y cómo las mujeres siguen encabezando los gráficos de desempleo en periodismo, cada vez con un porcentaje mayor.

3.1. Profesionales en los medios de comunicación

A pesar de esta situación inversamente proporcional entre el número de matriculadas, graduadas y desempleadas en la profesión, con el paso de los años se han ido observando avances en el número de mujeres periodistas que están dentro de los distintos medios. Tal es así que muchas de ellas han ido haciéndose un hueco y logrando destacar por ellas mismas, sin necesidad de seguir roles ni estereotipos marcados por el resto de la sociedad para demostrar que pueden informar igual que lo hacen sus compañeros y que lo importante es dicha información relatada y no su vida privada o aspecto físico.

Los resultados de ***The Global Media Monitoring Project (GMMP)*** de 2015, en el contexto español, ya mostraban un progreso en cuestión de igualdad de género respecto

a los datos obtenidos en el estudio de 2010, tanto en prensa como en radio y televisión, como vemos en el siguiente gráfico:

Mujeres profesionales de los medios (2010 vs 2015)

Al comparar el estudio de GMMP 2010 y 2015 podemos observar un avance en el número de mujeres periodistas en los medios.

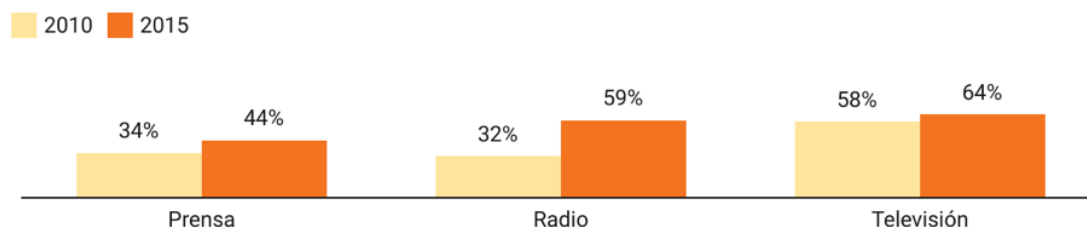


Gráfico: Andrea Núñez • Fuente: GMMP 2015 • Creado con Datawrapper

Gráfico 4. Comparación de las mujeres profesionales en los medios (2010 – 2015). Fuente: elaboración propia

Link al gráfico: <https://datawrapper.dwcdn.net/KfRb1/1/>

Desde 2015 hasta el último informe preliminar del **GMMP** de **2020** se vuelve a comprobar un progreso muy significativo en el número de noticias televisadas llevadas a cabo por mujeres. Mientras que hace cinco años las noticias reportadas por las periodistas apenas llegaban al 40%, en 2020 llegaron a superar el 45% (Gráfico 5).



Gráfico 5. Fuente: informe preliminar del GMMP 2020

Veinticinco años después de la **Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer (Beijing, 1995)**, los medios de comunicación están lejos de ser espacios inclusivos para mujeres, mujeres vulnerables y grupos históricamente marginados (GMMP, 2020). Desde 1995 hasta la realización del informe preliminar del GMMP en 2020 el porcentaje de mujeres como sujetos y fuentes de las noticias ha ido variando en los distintos formatos de los medios como muestra el siguiente gráfico:

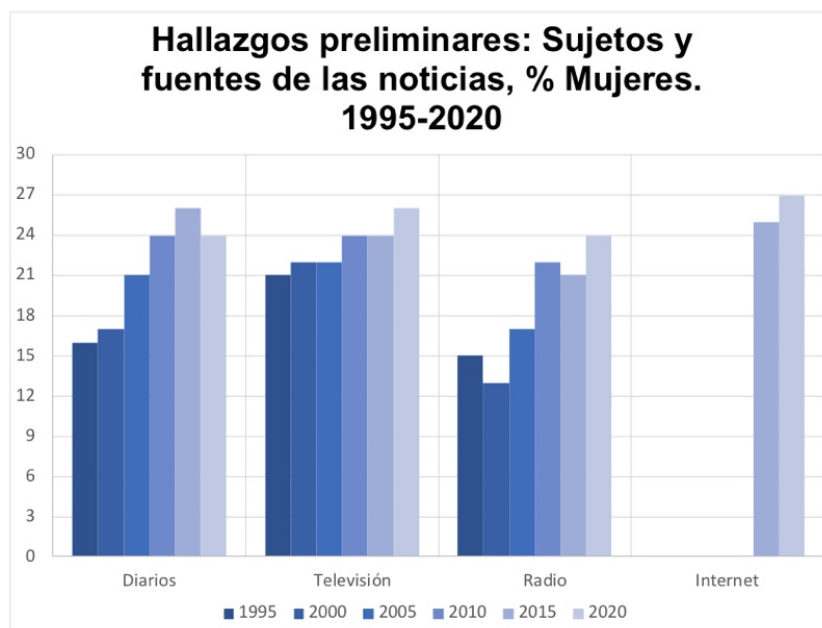


Gráfico 6. Fuente: informe preliminar del GMMP 2020

Paso a paso y con mucho esfuerzo, se busca alcanzar el objetivo de dar la importancia que tiene cada persona como profesional, independientemente de su género. Un objetivo en el que se avanza a paso lento y que todavía no es real.

Son muchas las periodistas reconocidas que han ido abriéndose camino sin olvidar a sus compañeras y fomentando dicha igualdad en la profesión, logrando avanzar (aunque existan trabas impuestas en la sociedad) en cuestión de género y alcanzando un lugar importante en ella, demostrando así que las mujeres son algo más que una “cara bonita”. Entre ellas, se encuentran Sandra Sabatés o Ana Pastor.

Sandra Sabatés fue galardonada en 2019 con el Premio de Excelencia a la Innovación para Mujeres Rurales, por su sección *Mujer tenía que ser*, que se encuentra dentro del programa *El Intermedio*, en la que da visibilidad a la labor de las mujeres en el mundo

rural mediante distintas iniciativas para impulsar en todo momento la igualdad de género y favorecer el acceso de las jóvenes a esta actividad. Además, en 2018, recibió el premio Ondas a la mejor presentadora. En ese momento, los comentarios que recibía la periodista fueron acerca de su aspecto físico y su vestimenta, fue lo que se destacó en algunos medios, dejando de lado su logro profesional. “Los medios debemos dar ejemplo, tenemos una gran responsabilidad porque contribuimos a crear opinión. Este tipo de titulares y textos no llevan a nada, podían haber destacado algo de mi trayectoria”, recalca en una entrevista en *La Vanguardia*.

Por otra parte, **Ana Pastor**, periodista de *El objetivo*, en *La Sexta*, y fundadora de la plataforma *Newtral*, decidió contar para su programa con un organigrama compuesto en su mayoría por mujeres. Por esta decisión ha recibido numerosas preguntas pidiéndole que explique el porqué. Y así es cómo sigue el pensamiento generalizado después de tantos años, se piden explicaciones cuando son las mujeres quienes ocupan la mayor parte de los puestos en las redacciones por la innegable sorpresa que genera al no ser algo común. En cambio, acostumbrados a ver hombres en todas las pantallas y firmando las informaciones, sobre todo en el ámbito deportivo, no se entendería realizar esa pregunta porque su respuesta es clara: siempre ha sido así.

La periodista se limita a responder a esas preguntas diciendo que la única razón por la que son una mayoría es “por talento”, aunque sigue considerando redundante explicar la necesidad de igualdad de oportunidades en la sociedad y el ámbito profesional, en general, y el periodismo, en particular.

3.2. Medios digitales y Twitter

Junto a estas diferencias, también se estudia la falta de avance en cuestión de perspectiva de género en los medios digitales en relación a los tradicionales. En este aspecto, en cuanto a la autoría de la información, las mujeres suponen el 36% de profesionales de los diarios digitales y el 44% de profesionales en Twitter.

En un año marcado por la situación sanitaria actual, en la que toda la sociedad ha tenido que reinventarse en el modo de realizar su trabajo, en su mayoría utilizando el método del *teletrabajo*, llaman la atención los resultados preliminares del estudio GMMP 2020

que muestran aún grandes diferencias en cuestión de género, tanto de los medios tradicionales como de los medios en línea.

En este aspecto sorprende que en la mayoría de las regiones del mundo “la ausencia relativa de las mujeres sea aún más marcada en línea (noticias de Internet y Twitter) que en los medios tradicionales (periódicos, radio, televisión) en las historias sobre Covid-19” (Gallagher, 2021). Esto hay que relacionarlo con la escasa presencia de voces de mujeres al informar, en este caso, sobre la situación sanitaria actual. Algo que debemos extrapolar al resto de informaciones que cubren los diversos medios de comunicación.



Gráfico 7. Fuente: GMMP 2020

Debido a la situación sanitaria, el paro registrado de periodistas creció un 23% en el número de personas. Entre ellas, el 62% son mujeres desempleadas, frente a un 38% de hombres. Tanto en el año 2019 como en el 2020, las mujeres encabezan las listas de parados en todas las comunidades autónomas del territorio español, finalizando cada año con 4.409 y 5.390 mujeres paradas en la profesión periodística, respectivamente. En cambio, el número de hombres parados el año 2019 ha sido de 2.594 y en 2020 aumentó, llegando hasta 3.246 en total.

Esta revolución digital llegó a nuestras vidas como una ventana de garantías hacia el futuro, lo que hacía pensar que para las mujeres sería la oportunidad de demostrar su valía y comenzar a igualar a sus compañeros en los distintos puestos de información emergentes. En cambio, han seguido apareciendo numerosos riesgos en este aspecto.

“Este sector audiovisual más diversificado también ofrece unos puestos de trabajo altamente cualificados, mejor remunerados y con garantías de cara al futuro que podrían contribuir a la supresión de la diferencia salarial” (Shreeves, 2018). Sin embargo, “el acceso desigual, unos algoritmos sexistas, unos contenidos en línea que no reflejan ni las necesidades ni las realidades de las mujeres y la falta de participación de las propias mujeres en el diseño de esos contenidos” son algunos de los factores que amenazan con aumentar las diferencias de género que ya existen ya que se crean nuevos obstáculos para ellas, entre ellos la misoginia y la ciberviolencia. Los datos apuntan a una brecha digital de género a escala mundial.

“En la Unión Europea, no se trata principalmente de que las mujeres y las niñas carezcan de acceso o de competencias de base en cuanto a Internet – aunque el número de mujeres que no han utilizado nunca Internet sigue siendo importante (14% mujeres frente a un 12% de hombres). La brecha de género es mucho mayor en el caso de las competencias informáticas avanzadas, la educación terciaria, el empleo y la toma de decisiones en el sector digital, y es menos probable que las niñas y las mujeres sigan estudiando materias científicas y tecnológicas después de los quince años, comiencen o prosigan una carrera en el sector de las TIC, alcancen niveles de especialización o de gestión o pongan en marcha sus propias empresas tecnológicas” (Shreeves, 2018).

Según el informe *Igualdad en cifras MEFP 2021*, mientras que el 47’3% del alumnado de bachillerato que han elegido estudios de ciencia, durante el curso 2018-2019, son mujeres, en la Universidad hay menos presencia de alumnas en carreras de ingeniería, industria y construcción (29% mujeres) y en informática (13’4%). Esto se ha investigado en numerosos estudios, concluyendo que la falta de autoestima de las niñas a partir de los seis años es mayor que la de sus compañeros ya que ellas piensan que no son tan brillantes como ellos y no serán capaces de conseguirlo. Si la ciencia siempre ha estado considerada como una materia para personas brillantes y ellas no se ven así mismas de esa forma, dejarán a un lado, a medida que crecen, la intención de cursar estudios de estas disciplinas por considerar que no son aptas para ello.

Marta Macho, matemática y divulgadora científica, considera que “los estereotipos son los que marcan nuestras decisiones en todos los aspectos de nuestras vidas”. De esta forma, si desde pequeñas las mujeres crecen viéndose incapaces de cursar este tipo de

estudios, a medida que van creciendo lo harán con menos información y dejarán a un lado el interés por esta materia. Con la llegada de los medios digitales, unido a las desigualdades obvias existentes en nuestra sociedad en cuestión de género, esta situación desembocará en un menor número de mujeres periodistas que se dediquen a compartir la información mediante estos recursos. El acceso de las mujeres a las nuevas Tecnologías de Información y de Comunicación (TIC) sigue entonces plagado de obstáculos. Por ello, las mujeres de cierta edad y, sobre todo, aquellas de zonas rurales de España, deben enfrentarse también a una brecha digital difícil de superar. Y las que lo hacen siguen encontrándose con una menor visibilidad y reconocimiento que sus compañeros varones debido a los diversos estereotipos aún existentes. “El desarrollo de las TIC es un factor de cambio, que afecta al mercado de trabajo y al ámbito socio-cultural, de ahí la necesidad de que las mujeres se integren en la sociedad de la información” (Ortiz Díaz, 2008, pág. 96).

La intención de acabar con estos estereotipos aún vigentes en nuestra sociedad, tanto de forma general como específica, es necesaria para lograr al fin la efectiva igualdad en cuestión de género. En palabras de la directora ejecutiva de **UN Women** (ONU Mujeres), Phumzile Mlambo-Ngcuka, “la industria de las noticias debe adoptar códigos de conducta que definan y corrijan activamente la discriminación y los estereotipos de género, comenzando con un aumento en el liderazgo de las mujeres dentro de la industria de los medios” (GMMP, 2020).

3.3. Diferencias personales y profesionales

“Las mujeres que sí logran incursionar en este terreno se enfrentan a muchas barreras que dificultan e incluso impiden su desarrollo en las industrias de los medios” (...) Entre esas barreras se encuentran “el acoso sexual, la remuneración desigual o el eximio reconocimiento por el trabajo realizado y aplicación del *techo de cristal*” (Vega Montiel, 2010).

El artículo 14 de la Constitución Española establece que “los españoles son iguales ante la ley, sin que pueda prevalecer discriminación alguna por razón de nacimiento, raza, sexo, religión, opinión o cualquier otra condición o circunstancia personal o social”.

A pesar de esta prohibición expresa, recogida en la propia Constitución, de discriminación por razón de sexo, entre otras cosas, las mujeres y, en este caso las periodistas, siguen sufriendo desigualdades a la hora de ejercer su trabajo. Entre ellas las más evidentes son las salariales. Dicha brecha salarial se explica, entre otras cosas, mediante el propio techo de cristal que sufren.

La autonomía de la mujer comienza por su independencia económica (Ágora, 2016). Es un pilar básico. Por ello, es esencial su integración en el mercado laboral, aunque siguen existiendo frenos como la igualdad de retribuciones ante un mismo cargo o la conciliación laboral y familiar, entre otros.

En lo que se refiere a la **igualdad salarial**, aunque ha habido avances, no existe una igualdad real y aún queda mucho camino por andar. La propia Organización Internacional del Trabajo (OIT) señala que hay una diferencia de entre un 4% y un 36% entre los sueldos de hombres y mujeres y reconocen que, a este ritmo, deberán transcurrir más de 70 años para eliminar esta brecha salarial.

El periodismo, en general, vive etapas de crisis en las que la mayoría de las dificultades con las que se encuentran están relacionadas con un tema de salario, algo que asciende a cifras muy superiores de desavenencias si hablamos de ello en el caso de las mujeres. En los medios se siguen comprobando diferencias palpables desde los inicios hasta la actualidad en multitud de aspectos y éste es uno de los más llamativos.

Según el **informe de la Profesión Periodística de 2016**, dentro de los medios de comunicación, las mujeres representan una cifra entre 600 y 2.000 euros, mientras que sus compañeros, la superan en 12 puntos. Un año más tarde, en el informe de 2017, se puso de manifiesto la realidad de la existencia de un mayor número de mujeres con salarios reducidos por debajo de los 1.500 euros. Ese mismo año, el salario medio de una mujer periodista, según la **Encuesta Anual de Estructura Salarial del INE**, fue de 30.015,53 euros anuales, 5.753,17 euros menos que los salarios masculinos.

La edad también es determinante para la brecha salarial. En 2015, la edad de las mujeres como presentadoras y periodistas en televisión se encontraba entre los 35 y 49 años, mientras que en el caso de los hombres presentadores, “el 97% tienen entre 50 y 64 años”.

Años más tarde, en 2017, en lo que respecta a la edad media de los y las periodistas, según el estudio *Mujeres periodistas en España: análisis de las características sociodemográficas y de la brecha de género*, “las mujeres son manifiestamente más jóvenes (36 años) que los hombres (46 años)”. Estas diferencias de edad guardan correlación con el aspecto salarial.

Las periodistas más jóvenes reciben peores remuneraciones que los hombres, mientras que los salarios de las que más años han dedicado a la profesión no son tampoco equiparables a los salarios más altos de los periodistas hombres (De-Miguel, Hanitzsch, Parratt, & Berganza, 2017, pág. 500).

Por otro lado, se produce una paradoja en lo que se refiere a la **conciliación laboral y familiar** porque, aunque las mujeres se incorporen al mundo laboral, siguen asumiendo la mayor parte de la carga familiar. El reto está en conciliar la vida familiar y laboral y, así, “se favorecerá un reparto más equitativo entre ambos sexos y esto contribuirá a la igualdad real” (Ágora, 2016).

El periodismo en todas sus esferas, al igual que otros muchos aspectos sociales como el deporte, nació y creció como un espacio público. Un lugar donde la mujer no tenía cabida, ya que existía para dedicarse a la vida privada. Por ello, entre las razones principales de esta situación de desigualdad debemos incluir el tiempo que destinan las mujeres a labores del hogar o el cuidado de personas dependientes, algo que provoca que no puedan, en ocasiones, dedicarse a jornadas completas y deban optar por otras más reducidas. Al tener que elegir jornadas parciales, el salario disminuye y, por tanto, mientras que las mujeres sigan ligadas a ese tipo de labores, la brecha salarial no cesará.

En esta cuestión de conciliación familiar y laboral, la periodista Ana Pastor aseguraba en un podcast realizado para el blog de *Malasmadres*, que “para alcanzar la corresponsabilidad y la falta de conciliación hacen falta políticas públicas que fomenten la igualdad, educación y hombres referentes que sirvan de ejemplo”.

Otro aspecto importante a destacar es la maternidad. Mientras que los ingresos de los hombres “continúan en su misma línea durante su primer hijo, la mujer sufre en su mayoría una bajada durante los dos primeros años de la maternidad” (García Quesada, 2020). Durante el año 2020 hubo en España un total de 7’5 millones de mujeres en

situación de asalariadas y la brecha se elevó al 21'9%, superando el salario de los hombres al de las mujeres en, aproximadamente, 6.000 euros.

Mientras la maternidad siga recayendo como una obligación, principalmente de las mujeres, no cesarán estas situaciones de discriminación de género, extrapoladas a escenarios de discriminación social y laboral. Para ellas, ser madre implica un *stop* en su vida: sus carreras se frenan; su ascenso, que ya tarda en llegar, queda aún más estancado... Incluso, en ocasiones, querer ser madre en un futuro ya es un *hándicap* para ser seleccionadas en una entrevista, aunque sea la persona más cualificada.

Por razones como estas, la tasa de empleo de las mujeres es muy superior en el caso de aquellas sin hijos que en las que sí los tienen, en cambio, en el caso de los hombres ocurre lo contrario. El 80% de las mujeres que han sido o quieren ser madres, en España, sufren problemas para conciliar la vida laboral y familiar. Todo esto unido a que, según la Organización Internacional del Trabajo (OIT), las madres en España cobran un 17% menos que los hombres y un 5% menos que otras mujeres que no han sido madres.

En el deporte ocurre lo mismo. Durante años las mujeres han tenido que elegir entre su vida profesional o su vida personal, decidiendo en ocasiones posponer su deseo de ser madre para no ser apartada del deporte que realizan.

Durante un tiempo y a pesar de haber sido negadas, existieron cláusulas de embarazo que llegaban a poner en entredicho la falta de responsabilidad y profesionalidad de las deportistas, tachándolas incluso de realizar acciones antideportivas. Las excusas propagadas por las que existían este tipo de discriminaciones se basaban en que cuando las mujeres eran madres perdían rendimiento físico y mental. Se tenía la falsa creencia de que nunca más lograrían recuperar el nivel que tenían antes de serlo. Algo que ha quedado desmentido porque algunas deportistas, como la atleta y saltadora de altura **Ruth Beitia**, logró sus mejores marcas tras su maternidad.

Unido a lo anterior, también se considera que no podrán dar el 100% en otro tipo de profesiones, entre ellas el periodismo, porque su prioridad como mujeres es dedicarse a los demás y, sobre todo, al cuidado de sus hijos e hijas, cosa que en el caso de los hombres no se considera igual.

En los artículos 8 y 10 de la **Ley Orgánica de 2007 para la Igualdad Efectiva de mujeres y hombres (LOIEMH)** se tratan los temas de discriminación por embarazo o maternidad. Según el artículo 8 “constituye discriminación directa por razón de sexo todo trato desfavorable a las mujeres relacionado con el embarazo o la maternidad” y, a su vez, en el artículo 10, queda constancia de que “los actos y las cláusulas de los negocios jurídicos que constituyan o causen discriminación por razón de sexo se consideran nulos y sin efecto”. Aún así, no fue hasta el 4 de octubre de 2018 que la Junta Directiva de la Federación Española de Fútbol (RFEF) aprobó varias medidas para que las mujeres pudieran gozar de las mismas oportunidades que sus compañeros y acceder a subvenciones y ayudas cuando decidieran ser madres.

Hace dos años, la jugadora de balonmano **Irina Pop** dio el pecho a su bebé durante el descanso del partido que estaba disputando, algo que sorprendió mucho a la gente ya que ese es otro de los temas tabúes en la sociedad, la lactancia materna. La propia Irina aseguraba poco después en una entrevista que “se le hace muy raro que a la gente le llame la atención” pero “ojalá sirva para visibilizar la maternidad en el deporte” y denuncia la situación que se da en algunos clubes de España en los que existen las anteriormente mencionadas cláusulas de embarazo por las que, en caso de quedar embarazada, rescinden el contrato de la deportista.

Otras, como **Laia Sanz**, consideran que ser madre supondrá un parón en su carrera profesional para centrarse por completo en sus hijos o hijas.

Es por esto por lo que aún es inferior el número de deportistas que deciden ser madres, por el miedo a las represalias que puedan sufrir, ya no al ser despedidas sino a no optar a los mismos puestos o dejar de recibir el salario que las mantiene en su día a día. Los hombres, en cambio, no tienen que plantearse ni siquiera esta situación. En el caso del patrocinio, a menudo ellas tienen que lidiar con perder patrocinadores a la hora de quedarse embarazadas porque dejan de ver rentabilidad en la situación de la deportista. En este aspecto, la atleta estadounidense **Allyson Felix** se rebeló contra Nike hasta lograr que la empresa hiciera un cambio en su política de disminuir los pagos a las mujeres deportistas al quedarse embarazadas y ahora es una de las multinacionales que han implementado cláusulas de protección a la maternidad en sus contratos.

En el periodismo deportivo, desarrollar el papel de madre junto al de periodista también ha sido complejo durante años y es una razón más del conocido techo de cristal que aún está presente en nuestros días.

En relación al techo de cristal, si bien es cierto que empresas como RTVE han ido apostando cada vez más por las mujeres en los puestos directivos, este es otro de los talones de Aquiles para ellas. A pesar de existir menos hombres en los medios de comunicación, normalmente son ellos quienes alcanzan los puestos de mayor responsabilidad. De esta forma, según un estudio llevado a cabo por *La Marea*, “solo 4 de los 15 periódicos más leídos en papel estuvieron dirigidos por una mujer en 2020, un 26’6%”.

En junio de 2018 se produjo un hito importante: Soledad Gallego-Díaz fue nombrada directora de *El País*. Una mujer pasó a dirigir uno de los medios de ámbito estatal más influyentes (*La Marea*, 2020). Hasta ese momento, únicamente Encarna Samitier (20 minutos) y Ángeles Rivero (*La Nueva España*) ocupaban puestos directivos, entre los 15 periódicos de papel más leídos según el Estudio General de Medios (EGM).

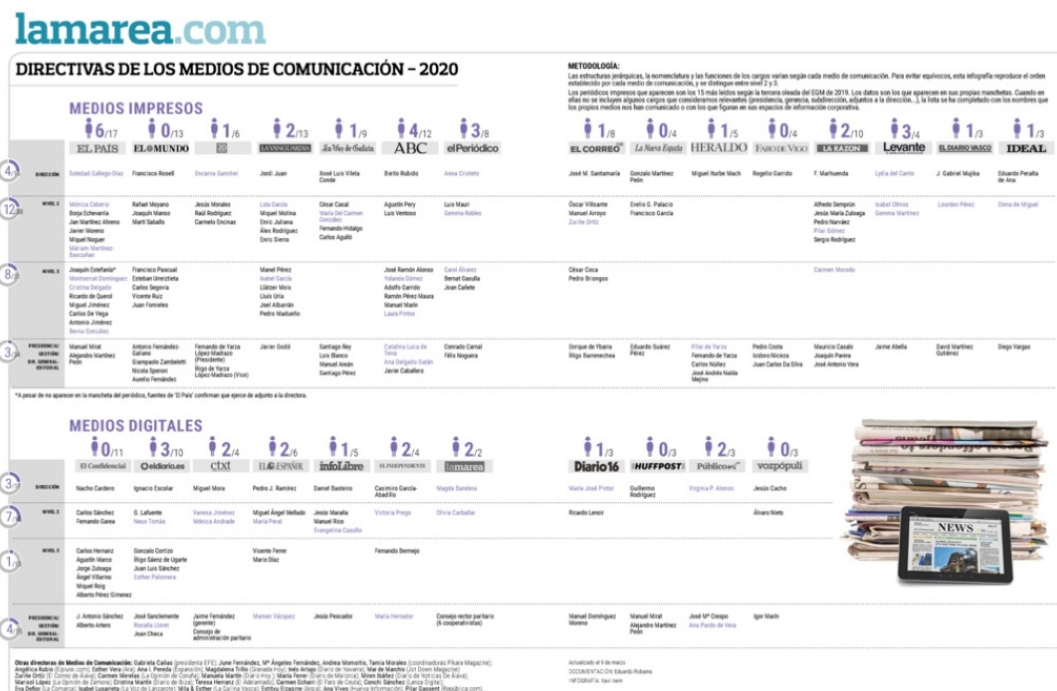


Gráfico 8. Directivas de los medios de comunicación en 2020. Estudio e infografía realizada por La Marea

Link al gráfico: https://www.dropbox.com/sh/mlf0leiv8kgv9e2/AADCJw78m0QLf-nhDgoyXDI_a?dl=0

Como ya se reflejó anteriormente, en el informe anual de la APM de 2020 se vuelven a exponer las limitaciones a las que deben enfrentarse las mujeres a la hora de acceder a los puestos directivos de los medios de comunicación. Si bien es cierto que en los puestos de redacción las mujeres y hombres periodistas están más o menos igualados, a medida que se incrementa la responsabilidad, la brecha para las mujeres es mucho mayor, dando lugar a un predominio por parte de los hombres, como podemos observar en el gráfico 9.

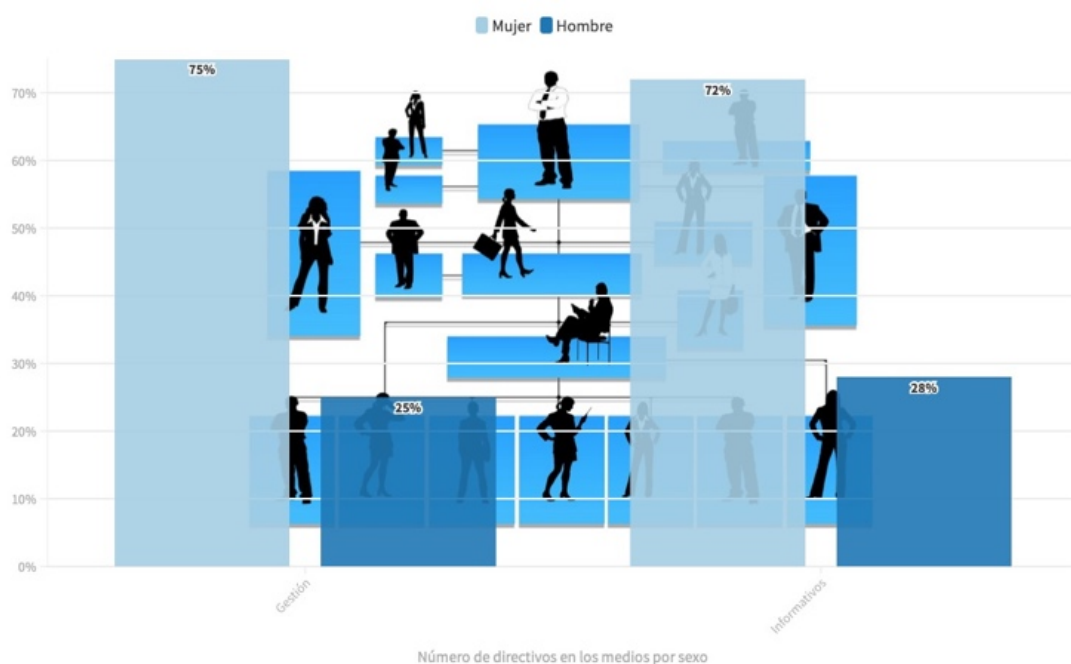


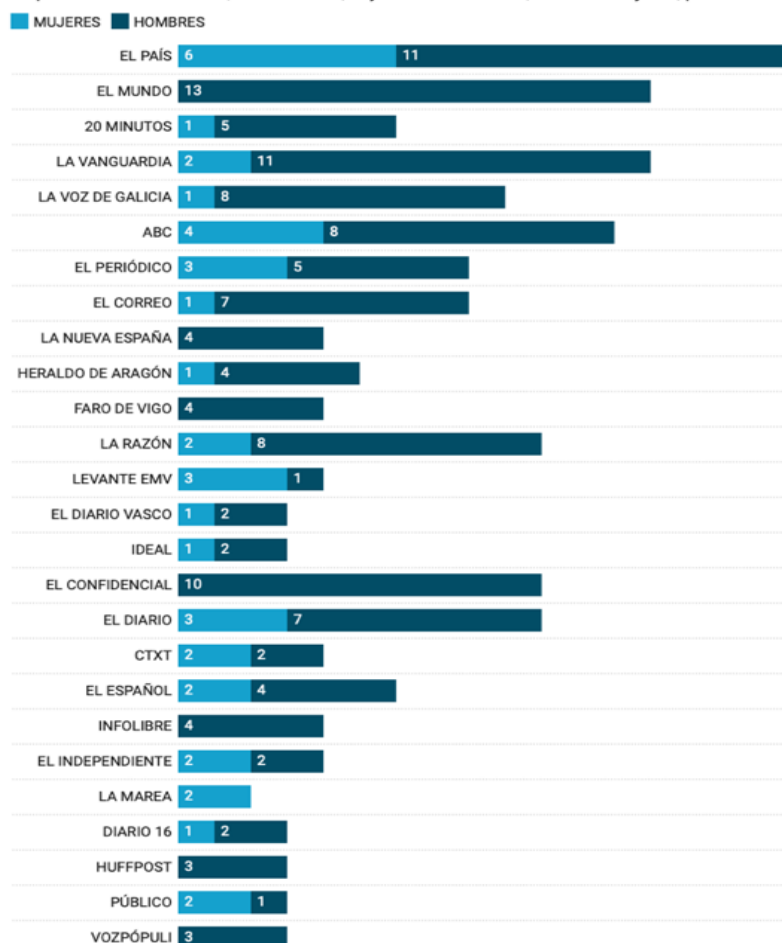
Gráfico 9. Puestos directivos en los medios por sexos. Fuente: elaboración propia

Link al gráfico: <https://public.flourish.studio/visualisation/5260493/>

A febrero de 2020 vemos como los diarios impresos y digitales siguen aún muy lejos de alcanzar la paridad en sus puestos directivos. Algunos medios, como *El Mundo* y *El Confidencial*, ni siquiera tienen a una mujer en sus principales puestos de responsabilidad (Gráfico 10).

Los diarios impresos y digitales, lejos de alcanzar la paridad en sus directivas

'El Mundo' y 'El Confidencial' no tienen a ninguna mujer en los principales puestos de responsabilidad -dirección, subdirección, adjunto a la dirección, dirección adjunta, presidencia-.



Los periódicos en papel elegidos son los 15 más leídos en España según el último EGM de 2019.

Fuente: La Marea • Descargar los datos • Creado con Datawrapper

Gráfico 10. Puestos directivos en los medios de comunicación en 2020. Investigación y gráfico de La Marea

Link al gráfico: <https://www.datawrapper.de/-/KTaRN/>

En la actualidad, siguiendo el mismo estudio, de los 26 medios escritos analizados únicamente 2 están dirigidos por mujeres, 2 menos que el año pasado. Sorprende ver como, aún hoy en día, hay todavía más medios que no cuentan con ninguna mujer en sus puestos de dirección. Así, a *El Mundo* y *El Confidencial* se han sumado *La Nueva España* y *El Faro de Vigo*.

Directivas de los medios de comunicación 2021

Impresos

METODOLOGÍA: Las estructuras jerárquicas, las competencias y las funciones de los cargos varían según cada medio de comunicación. Para evitar equívocos, esta infografía reproduce los datos tal y como aparecen en los medios de comunicación, y se distinguen entre nivel 1 y 2.

Los periódicos e impresos que aparecen son los 15 más leídos según la tercera edición del IECM de 2020. Los datos son los que aparecen en sus propias manchetras. Cuando en ellas no se incluyen algunos cargos que consideramos relevantes (presidencia, gerencia, subdirección, adjuntos a la dirección...), la lista se ha completado con los nombres que los propios medios nos han comunicado con lo que figuran en sus espacios de información corporativa. El gráfico no incluye medios de comunicación como El Sol de la Sierra, con sus propios canales corporativos, por contar con una estructura horizontal y asimétrica.

Medio	Nº de mujeres sobre el total	DIRECCIÓN	NIVEL 2	NIVEL 3	PRESENCIA/ DESTINO DE GENERAL EDITORIAL
EL PAÍS	4,15	Javier Marín	Marta Ceballos Miguel Jiménez Rocío Chaves Eugenia de Tejada	Alfonso Delgado Javier Llamas Marta Ceballos Ana María Rivas José Manuel Fuentes	Miguel Ángel Alfonso Delgado Pablo
EL MUNDO	0,12	Francisco Rosal	Carmelo Escobedo Marta Ceballos Rocío Chaves	Francisco Rosal Carmelo Escobedo Marta Ceballos Rocío Chaves	A. Fernández Francisco Rosal Nicolás Espinosa Rocío Chaves
EL PERIÓDICO	2,14	José Juan	Lola García Miguel Jiménez Rocío Chaves Ana María Rivas	Miguel Jiménez Lola García Miguel Jiménez Rocío Chaves	José Juan Lola García Miguel Jiménez Rocío Chaves
ABC	3,12	Julian Quintanilla	Guillermo Martínez Carlos Cordero César Cordero Miguel Jiménez Rocío Chaves	Julian Quintanilla Guillermo Martínez Carlos Cordero César Cordero Miguel Jiménez Rocío Chaves	Julian Quintanilla Guillermo Martínez Carlos Cordero César Cordero Miguel Jiménez Rocío Chaves
LA Voz de Galicia	1,15	Rosal Lois Vela	César Cordero Miguel Jiménez Rocío Chaves Ana María Rivas	Rosal Lois Vela César Cordero Miguel Jiménez Rocío Chaves	César Cordero Miguel Jiménez Rocío Chaves Ana María Rivas
EL CORREO	1,15	J.M. Santamaría	Oscar Villalba Miguel Jiménez Rocío Chaves Ana María Rivas	J.M. Santamaría Oscar Villalba Miguel Jiménez Rocío Chaves	J.M. Santamaría Oscar Villalba Miguel Jiménez Rocío Chaves
La Nueva España	0,15	Guillermo Martínez	Guillermo Martínez Carlos Cordero César Cordero Miguel Jiménez Rocío Chaves	Guillermo Martínez Carlos Cordero César Cordero Miguel Jiménez Rocío Chaves	Guillermo Martínez Carlos Cordero César Cordero Miguel Jiménez Rocío Chaves
HERALDO	2,15	Miguel Ángel	Guillermo Martínez Carlos Cordero César Cordero Miguel Jiménez Rocío Chaves	Miguel Ángel Guillermo Martínez Carlos Cordero César Cordero Miguel Jiménez Rocío Chaves	Miguel Ángel Guillermo Martínez Carlos Cordero César Cordero Miguel Jiménez Rocío Chaves
Levante	2,15	Guillermo Martínez	Guillermo Martínez Carlos Cordero César Cordero Miguel Jiménez Rocío Chaves	Guillermo Martínez Carlos Cordero César Cordero Miguel Jiménez Rocío Chaves	Guillermo Martínez Carlos Cordero César Cordero Miguel Jiménez Rocío Chaves
FORNIX VECU	0,15	Rocío Chaves	Rocío Chaves Miguel Jiménez Rocío Chaves Ana María Rivas	Rocío Chaves Miguel Jiménez Rocío Chaves Ana María Rivas	Rocío Chaves Miguel Jiménez Rocío Chaves Ana María Rivas
EL SOL DE LA SIERRA	2,15	F. Marín	Alfonso Delgado Javier Llamas Marta Ceballos Ana María Rivas	F. Marín Alfonso Delgado Javier Llamas Marta Ceballos	F. Marín Alfonso Delgado Javier Llamas Marta Ceballos
IDEAL	1,15	Guillermo Martínez	Guillermo Martínez Carlos Cordero César Cordero Miguel Jiménez Rocío Chaves	Guillermo Martínez Carlos Cordero César Cordero Miguel Jiménez Rocío Chaves	Guillermo Martínez Carlos Cordero César Cordero Miguel Jiménez Rocío Chaves
EL MUNDO	1,15	David Tabares	David Tabares Miguel Jiménez Rocío Chaves Ana María Rivas	David Tabares Miguel Jiménez Rocío Chaves Ana María Rivas	David Tabares Miguel Jiménez Rocío Chaves Ana María Rivas

Digitales

Medio	Nº de mujeres sobre el total	DIRECCIÓN	NIVEL 2	NIVEL 3	PRESENCIA/ DESTINO DE GENERAL EDITORIAL
EL PAÍS	2,15	Miguel Ángel	Marta Ceballos Miguel Jiménez Rocío Chaves Eugenia de Tejada	Alfonso Delgado Javier Llamas Marta Ceballos Ana María Rivas José Manuel Fuentes	Miguel Ángel Alfonso Delgado Pablo
EL MUNDO	0,12	Francisco Rosal	Carmelo Escobedo Marta Ceballos Rocío Chaves	Francisco Rosal Carmelo Escobedo Marta Ceballos Rocío Chaves	A. Fernández Francisco Rosal Nicolás Espinosa Rocío Chaves
EL PERIÓDICO	2,14	José Juan	Lola García Miguel Jiménez Rocío Chaves Ana María Rivas	Miguel Jiménez Lola García Miguel Jiménez Rocío Chaves	José Juan Lola García Miguel Jiménez Rocío Chaves
ABC	3,12	Julian Quintanilla	Guillermo Martínez Carlos Cordero César Cordero Miguel Jiménez Rocío Chaves	Julian Quintanilla Guillermo Martínez Carlos Cordero César Cordero Miguel Jiménez Rocío Chaves	Julian Quintanilla Guillermo Martínez Carlos Cordero César Cordero Miguel Jiménez Rocío Chaves
LA Voz de Galicia	1,15	Rosal Lois Vela	César Cordero Miguel Jiménez Rocío Chaves Ana María Rivas	Rosal Lois Vela César Cordero Miguel Jiménez Rocío Chaves	César Cordero Miguel Jiménez Rocío Chaves Ana María Rivas
EL CORREO	1,15	J.M. Santamaría	Oscar Villalba Miguel Jiménez Rocío Chaves Ana María Rivas	J.M. Santamaría Oscar Villalba Miguel Jiménez Rocío Chaves	J.M. Santamaría Oscar Villalba Miguel Jiménez Rocío Chaves
La Nueva España	0,15	Guillermo Martínez	Guillermo Martínez Carlos Cordero César Cordero Miguel Jiménez Rocío Chaves	Guillermo Martínez Carlos Cordero César Cordero Miguel Jiménez Rocío Chaves	Guillermo Martínez Carlos Cordero César Cordero Miguel Jiménez Rocío Chaves
HERALDO	2,15	Miguel Ángel	Guillermo Martínez Carlos Cordero César Cordero Miguel Jiménez Rocío Chaves	Miguel Ángel Guillermo Martínez Carlos Cordero César Cordero Miguel Jiménez Rocío Chaves	Miguel Ángel Guillermo Martínez Carlos Cordero César Cordero Miguel Jiménez Rocío Chaves
Levante	2,15	Guillermo Martínez	Guillermo Martínez Carlos Cordero César Cordero Miguel Jiménez Rocío Chaves	Guillermo Martínez Carlos Cordero César Cordero Miguel Jiménez Rocío Chaves	Guillermo Martínez Carlos Cordero César Cordero Miguel Jiménez Rocío Chaves
FORNIX VECU	0,15	Rocío Chaves	Rocío Chaves Miguel Jiménez Rocío Chaves Ana María Rivas	Rocío Chaves Miguel Jiménez Rocío Chaves Ana María Rivas	Rocío Chaves Miguel Jiménez Rocío Chaves Ana María Rivas
EL SOL DE LA SIERRA	2,15	F. Marín	Alfonso Delgado Javier Llamas Marta Ceballos Ana María Rivas	F. Marín Alfonso Delgado Javier Llamas Marta Ceballos	F. Marín Alfonso Delgado Javier Llamas Marta Ceballos
IDEAL	1,15	Guillermo Martínez	Guillermo Martínez Carlos Cordero César Cordero Miguel Jiménez Rocío Chaves	Guillermo Martínez Carlos Cordero César Cordero Miguel Jiménez Rocío Chaves	Guillermo Martínez Carlos Cordero César Cordero Miguel Jiménez Rocío Chaves
EL MUNDO	1,15	David Tabares	David Tabares Miguel Jiménez Rocío Chaves Ana María Rivas	David Tabares Miguel Jiménez Rocío Chaves Ana María Rivas	David Tabares Miguel Jiménez Rocío Chaves Ana María Rivas

Otras directivas de medios de comunicación: Gabriela Casan (presidencia EPTV), M. Ángeles Fernández, Andrea Molino, Tania Morales, Teresa Villaverde (coordinadoras Plena Magisterio, Angélica Robles (Plena con), Esther Vera (Ata), Ana I. Pereda (Espana), Magdalena Trilla (Ortografía y), Luis Artalejo (Derecho de Navarra), Mar de Marcha (Derecho Magisterio), Javier Ortiz (Derecho de Alava), Carmen Maresca (La Opinión de Coruña), Mamen la Martín (Derecho Voz), María Gudi (Derecho de Mallorca), María Martín (Derecho Noticias de Alava), Mariel López (La Opinión de Zamora), Cristina Martín (Derecho de Madrid), Carmen Chacón (El Faro de Coruña), Concha Sánchez (La Voz Digital), Eva Debes (La Comarca), Isabel Lizarreta (La Voz de Lugo), Milla de Barber (La Gaceta de Navarra), Estrella Elzaguirre (Argón), Ana Vives (Nueva Información), Pilar Gassner (República.com).

Actualizado el 23 de febrero de 2021.
Infografía realizada por La Marea y David Tabares.

Gráfico 11. Directivas en los medios de comunicación a 2021. Estudio e infografía realizado por La Marea

Link al gráfico: https://drive.google.com/drive/folders/1udtRG61ZyG_QczWDjOaqumUWFUPptayk

Esto también podemos corroborarlo en boca de las y los profesionales de la comunicación. El *I Estudio sobre la situación de las mujeres periodistas en España*, realizado por la Plataforma en Defensa de la Libertad de Información (PDLI), junto con *Ideara*, señala que solo "un 2'5% de las profesionales del periodismo considera que hay una presencia igualitaria de mujeres y hombres en puestos directivos", frente a un 95'6% de las periodistas que cree que "estos puestos de responsabilidad están copados mayoritariamente por hombres".

"El mundo periodístico – al igual que el resto del tejido social – adolece de un exceso de testosterona, que se perpetúa a través del sistema interno de promoción, es decir, mayoritariamente varones designando a otros varones para ocupar los puestos de mayor responsabilidad, con lo que ello implica. Y es que en las redacciones impera una *cultura periodística* que no contempla entre sus presupuestos la dimensión de género (Gallego Ayala, 2004, pág. 58), consecuencia principal del "destierro" femenino de la cúspide mediática del poder" (Balseiro Expósito, 2008).

Las asociaciones de la prensa tienen el objetivo principal de defender la profesión periodística y a sus profesionales, independientemente de su género. En ellas se puede observar la realidad de las numerosas diferencias destacables en esta cuestión, una

realidad que choca con la capacidad que las mujeres tienen como lideresas y agentes de cambio.

La Asociación de la Prensa de Madrid (APM) nació en mayo de 1895 pero no fue hasta once años después, en 1906, cuando la primera mujer pasó a formar parte de ella. La primera en hacerse socia fue María Antonia Atocha Ossorio y Gallardo, colaboradora de *El Globo* y *El mundo de los niños*. Salomé Núñez Topete, colaboradora de *La Correspondencia de España*, *El Correo* y *El Liberal*, siguió su camino y se convirtió en la segunda socia de la asociación. “El ingreso en la APM suponía un reconocimiento de profesionalidad y la equiparación de sexos en el ejercicio del periodismo”, afirmó en una entrevista para RTVE el presidente de la institución.

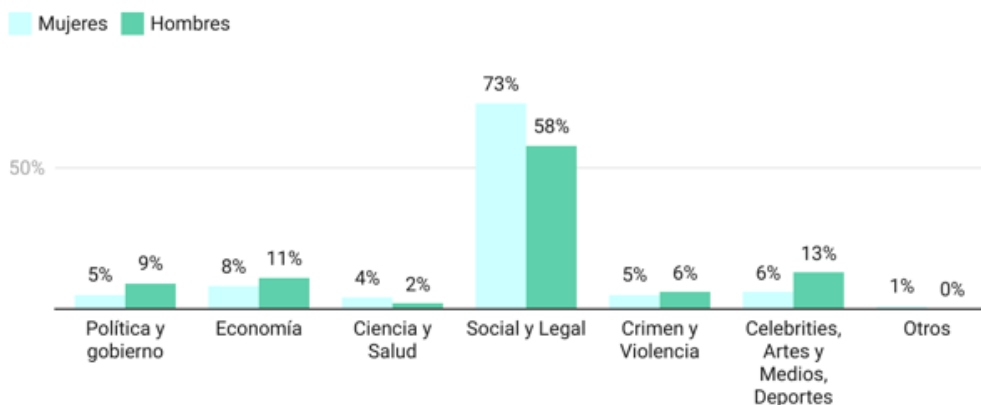
A partir de ese momento, las periodistas abrieron una nueva veda en la profesión y se siguieron uniendo a las diversas asociaciones que surgieron en el resto de comunidades autónomas. Aún así, se enfrentan diariamente a distintos obstáculos para llegar a los puestos más importantes: leyes, actitudes, estereotipos, discriminación, educación, etc.

El 8 de marzo, Día Internacional de las Mujeres, la **Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE)** pidió “medidas en el sector para acabar con la brecha salarial y el techo de cristal” (APM, 2021). Por su parte, el presidente de la **Asociación de la Prensa Deportiva de Asturias**, Íñigo Domínguez, asegura que en Asturias, la afiliación de mujeres se sitúa por debajo del 10% pero en la junta directiva han querido ser “moderadamente cuidadosos con ello y las mujeres representan el 25%”. Este hecho demuestra que, todavía en la actualidad, llegar a ese tipo de porcentajes en el número de mujeres periodistas en puestos directivos ya es todo un logro, teniendo en cuenta que, como mencionamos anteriormente, apenas aparecen en ellos.

Pero estos no son los únicos tipos de desigualdades que sufren. Estas situaciones de disparidad también se pueden apreciar en los puestos informativos que ocupa cada profesional. Basta con echar un vistazo a las secciones que desempeñan tanto ellas como sus compañeros en las redacciones para verlo. Según el GMMP de 2015, la mayoría de las periodistas realizan información relativa a la sociedad o legalidad y, aunque esta también es la materia principal de los hombres, tan solo lo es en un 58%, hecho que demuestra que ellos trabajan en una mayor diversidad de temáticas.

Temática de los medios de comunicación por sexos

Las mujeres periodistas únicamente predominan en el ámbito social y legal y de la ciencia y la salud



Pasar el cursor sobre las barras para visualizar los porcentajes

Gráfico: Andrea Núñez • Fuente: GMMP 2015 • Creado con Datawrapper

Gráfico 12. Gráfico sobre las mujeres y hombres periodistas por temática

Link al gráfico: <https://datawrapper.dwcdn.net/zWT56/3/>

Mientras las periodistas son relegadas a secciones de sociedad, arte o cultura, temas que se consideran de naturaleza más femenina; ellos ocupan secciones más “masculinizadas” socialmente como son política, economía o deporte.

Desde que nacemos se nos educa en la convicción de que hay unos temas más “adecuados” para las mujeres y otros para los hombres. Por ello, siempre se ha visto con buenos ojos que la mujer se interesase por el arte o la cultura pero, a su vez, se le prohibía participar en política o practicar deporte. Y esto es algo que ha calado de tal forma que se sigue transmitiendo de generación en generación y sigue teniendo mucho peso en general. En educación, lo llaman “currículo oculto” y, como vemos, continúa reflejándose en el día a día de nuestra sociedad, siendo un obstáculo para avanzar en la verdadera igualdad.

Si analizamos los estereotipos culturales acerca de lo femenino y lo masculino podemos llegar a la cuestión de las dicotomías de Diana Maffia (2013) y, a través de una lista de conceptos asociados a los distintos géneros, ver cómo el par de cada concepto es exhaustivo y excluyente.

LO MASCULINO	LO FEMENINO
Objetivo	Subjetivo
Universal	Particular
Racional	Emocional
Abstracto	Concreto
Público	Privado
Hechos	Valores
Mente	Cuerpo
Literal	Metafórico

Tabla 2. Tabla sobre las dicotomías - Diana Maffia (2013)

Esta cuestión de las dicotomías no sería un problema para las mujeres si ese par no estuviera sexualizado. De esta forma, si se requiere algo para ser público se pensará en un hombre, mientras que si se trata del ámbito privado, primero se pensará en una mujer.

También entorpece el camino de las mujeres el hecho de que se le otorgue a lo masculino una mayor importancia que a lo femenino. Es como si las cualidades que se suponen que son femeninas sean de segundo rango y, por supuesto, menos importantes para la sociedad y, sobre todo, para el ámbito laboral que las de los hombres.

Así pues, en el mundo del periodismo, el anteriormente mencionado currículo oculto hace que los temas sigan teniendo género y que a las mujeres les cueste entrar en terrenos como el periodismo deportivo.

3.4. Las mujeres en el deporte y el periodismo deportivo

“En el deporte, como en la sociedad, la incorporación de la mujer ha sido muy gradual y lenta, pero en los últimos años se ha visto una gran evolución en ambos ámbitos. Quizás en menor medida, pero los estereotipos que relacionan deporte y hombres siguen existiendo y, a pesar de que las mujeres ya no están relegadas únicamente a deportes

considerados “femeninos”, sí tienen que lidiar con ocupar un segundo plano y con unas condiciones distintas a las de sus compañeros” (Núñez, 2020).

Basta con acudir a cualquier medio de comunicación para comprobar las diferencias en cuanto a cobertura que se da dependiendo del tipo de deporte y quién lo practique. El fútbol es el deporte por excelencia en nuestros medios, acapara las pantallas y páginas de los diarios y, aún así, el fútbol femenino no recibe ni la cuarta parte de atención que el masculino por parte de estos medios, a pesar de tratarse del mismo deporte.

No ha sido hasta septiembre de 2020 cuando se empezó a hablar de la profesionalización de la liga femenina de fútbol. La “Liga Ellas”, que es el nombre que recibe dicha competición (anteriormente conocida como “Primera Iberdrola”), se iniciará para la temporada 2021/2022 y convertirá a la liga femenina de fútbol en la cuarta categoría profesional, junto a las primeras categorías masculinas de fútbol y baloncesto y la segunda categoría masculina de fútbol. La expresidenta del Consejo Superior de Deportes (CSD), Irene Lozano, que además es profesional del periodismo, tachaba de “injusticia” que las ligas profesionales españolas fueran, únicamente, masculinas y añadía que es algo que hay que cambiar para “generar un espacio de igualdad”.

Porque aunque parezca que la igualdad ha llegado al deporte, no es del todo real. Las mujeres han demostrado mucho con su lucha y esfuerzo para conseguir estar en lo más alto a nivel deportivo pero detrás existen muchos obstáculos que han tenido que salvar, como entrenar en instalaciones de peor nivel, en horarios menos adecuados, sin ningún tipo de retribución o ayuda e incluso recibiendo malas palabras, insultos y vejaciones. Y en lo que se refiere a la divulgación mediática, aún acaparan un porcentaje muy pequeño de las noticias deportivas.

Esto no significa que en el deporte masculino no tengan sus propios obstáculos, ya que no todo es fútbol, donde se tienen contratos desde categorías más bajas y acaparan las páginas y las pantallas. En la mayoría de los deportes no es así, pero dentro de todas las penurias que puedan sufrir, las mujeres se siguen llevando la peor parte.

De esta forma, informativamente hablando, ningún lector o lectora puede informarse continuamente y satisfacer su interés acerca de las actividades deportivas femeninas, de

la misma forma que pueden hacerlo con las masculinas (Núñez, *AmecoPress*, 2021). Es complicado mantener vivo ese interés social ya que, aunque se trate del mismo deporte y con unas mismas reglas, fuera del terreno de juego todo cambia.

Si algo está claro es que toda la sociedad tendrá la información necesaria, e incluso excesiva, de los partidos de la selección masculina de fútbol, de cuando se disputa un partido de tenis, o de los partidos de baloncesto masculinos. Sin embargo, es más complicado enterarse de todos esos eventos cuando hablamos de las secciones femeninas y, aún lo es más si se habla de deportes regionales.

En Asturias, por ejemplo, hay un equipo de Hockey femenino con un gran nivel, el *Telecable Hockey club*. En su palmarés cuenta con 5 copas de Europa, 2 subcampeonatos de Copas de Europa y 1 Subcampeonato de copa Intercontinental, pero la prensa no hace un gran eco de ello, ni se publican sus partidos con antelación y en diferentes medios de comunicación para que el público esté informado y motivado. De esta forma no se despierta en el público esa pasión deportiva que vemos en otros deportes y, sobre todo, desde el punto de vista del sexo masculino.

Del estudio sobre *"La invisibilidad de las deportistas en los medios: un análisis de la final del Eurobasket femenino de 2019 en el periódico Marca"* podemos extraer algunos datos que demuestran lo anteriormente comentado:

- El periodismo deportivo se ha convertido en el tipo más demandado dentro de la información periodística especializada. Ocupa el segundo lugar en el ranking de audiencia, solo superado por los medios generalistas.

Esto nos muestra el gran interés que despierta el deporte en la población, llegando a convertirse en uno de los pilares de la sociedad. Todo el mundo se pone de acuerdo y sale a las calles a celebrar las victorias de sus equipos preferidos pero no existe esa misma movilización para temas que repercuten de forma más seria en nuestras vidas y en el bienestar económico y familiar, así como tampoco se ve una respuesta igual a nivel político, por ejemplo.

De todo esto, también tiene una gran responsabilidad la prensa (aunque no toda, por supuesto), sobre todo la deportiva, que ha dado un gran empujón al sector deportivo y lo mantiene en auge para que no pierda interés pero no acaba de hacer el mismo ejercicio con las mujeres.

AUDIENCIA SEGÚN TIPO DE DIARIO (2019)

El periodismo deportivo se ha convertido en el tipo más demandado dentro de la información periodística especializada, ocupando el segundo puesto en el ranking de audiencia, solo superado por los medios generalistas

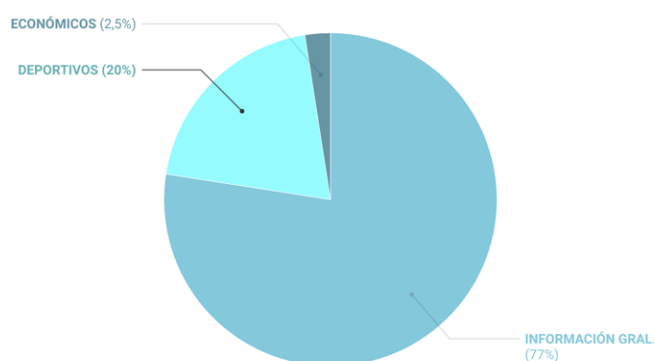


Gráfico: Andrea Núñez • Fuente: Acumulado AIMC - EGM • Creado con Datawrapper

Gráfico 13. Audiencia según tipo de diario en 2019

Link al gráfico: <https://datawrapper.dwcdn.net/HkD2x/2/>

- El periódico *Marca* es el diario más leído en España, incluso por encima de los medios generalistas, según el Estudio General de Medios (EGM) de 2019.

TOTAL LECTORES DIARIOS EN LOS DISTINTOS MEDIOS

El periódico *Marca* es el diario más leído, por encima de cualquier diario generalista, con 1.596.000 lectores en el control del Estudio General de Medios (EGM) de 2019.

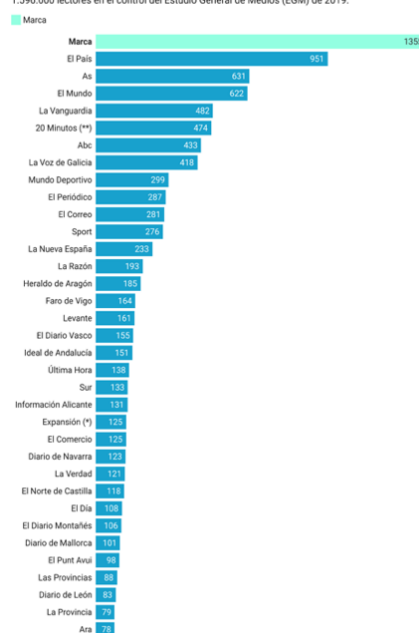


Gráfico: Andrea Núñez • Fuente: Acumulado AIMC - EGM • Creado con Datawrapper

Gráfico 14. Total lectores diarios en los distintos medios (EGM 2019)

Link al gráfico: <https://datawrapper.dwcdn.net/eLmPW/1/>

Otro dato que confirma la idea anterior es el hecho de que estemos más interesados por los resultados de nuestro equipo, que no nos lleva realmente a ningún lado, ni en el ámbito laboral ni el personal, que de situaciones políticas, económicas o sociales de nuestro país.

Tal es así que en la situación sanitaria actual las personas se han arriesgado a asistir a celebraciones en masa porque sus equipos han ganado algún trofeo.

- Durante los días de la final del Eurobasket femenino en 2019, según el estudio antes citado, las informaciones sobre las deportistas ocupaban, únicamente, el 4'8% de las publicaciones, al contrario que en el caso de los deportistas masculinos, que las llenan diariamente.

PÁGINAS CON NOTICIAS SOBRE LAS DEPORTISTAS DURANTE EL EUROBASKET 2019 EN EL PERIÓDICO MARCA

Durante los días que duró la final del Eurobasket femenino en 2019, las informaciones sobre las deportistas ocupaban, únicamente, el 4'8% de las publicaciones. En cambio, en todas las páginas hay informaciones sobre deportistas masculinos.



Gráfico: Andrea Núñez • Creado con Datawrapper

Gráfico 15. Páginas con noticias sobre las deportistas durante el Eurobasket de 2019 en el periódico Marca.

Fuente: elaboración propia. Link al gráfico: <https://datawrapper.dwcdn.net/KTIKw/3/>

A través de este estudio y sus gráficos podemos corroborar la invisibilidad que sufren nuestras deportistas ya que, a pesar de tratarse de la final de una de sus competiciones, los resultados que se obtienen marcan una gran diferencia entre la cantidad y calidad de las informaciones dadas dependiendo si se refieren a hombres o mujeres. De esta forma, deja de importar quiénes son las protagonistas realmente ya que “la balanza del protagonismo siempre está inclinada hacia un mismo lado” (Núñez, 2021).



Gráfico 16. Fuente: GMMP (2010): Who makes the news?// ONU Mujeres

Link a todas las infografías: <https://beijing20.unwomen.org/es/infographic/media>

Si recordamos que el diario *Marca* supera incluso a los medios generalistas en el número de lectores, esto ofrece a la sociedad una visión muy distorsionada de esa búsqueda de igualdad en el deporte y los medios de comunicación, ya que estamos recibiendo una información sesgada de una realidad en la que las mujeres se abrieron paso hace años, y lo siguen haciendo, consiguiendo grandes logros, al igual que sus compañeros.

Durante años, el deporte no estaba pensado para las mujeres, ni desde el punto de vista participativo, ni como espectadoras y, mucho menos, como profesionales de la comunicación de dicha especialización. Su llegada a este mundo se hizo paulatinamente y bajo los parámetros de lo normalizado en aquel momento, que era el prototipo de deportista masculino. Es por esta razón que, con el paso del tiempo y en la actualidad, ellas siempre son juzgadas comparándolas con sus compañeros, tanto dentro como fuera del terreno de juego, como deportistas y como periodistas deportivas.

Se hace complicado comprender como durante tantos años no se le ha otorgado a las mujeres la oportunidad de aparecer en los medios deportivos, en ninguno de esos aspectos. En cambio, sí ha habido espacio en algunos diarios para publicar en cada número la imagen de una mujer semidesnuda como se hizo hasta 2017 con la contraportada del diario *As*. La ya conocida como “chica del *As*” es un ejemplo claro de la forma en la que el patriarcado y la cultura androcentrista, que aún sigue en nuestro día a día, ha calado en la práctica deportiva a nivel nacional e internacional. Hasta hace apenas 4 años el diario seguía elaborando este tipo de contraportadas que marcan aún más los estereotipos de género que asocian a las mujeres con la exhibición del cuerpo y de su belleza física, sin importar su opinión como deportistas ni como profesionales de la comunicación.

Porque en el periodismo deportivo ocurre lo mismo. A pesar de haber aumentado el porcentaje de periodistas deportivas, “en los medios de comunicación prima una visión androcéntrica del deporte” (Núñez, 2021).

“Desde el punto de vista del periodismo deportivo, el futuro se puede considerar esperanzador para las mujeres que quieren dedicarse a este mundo ya que, aunque al principio era prácticamente imposible encontrar mujeres en estas redacciones, hoy en día

conocemos a numerosas periodistas deportivas que han incrementado el sector” (Núñez, 2021).

Es inevitable pensar aquí en lo duro de los inicios, cuando mujeres como **Sara Estévez Urquijo** (1925) escondía su identidad bajo el seudónimo de “Marathon” para abrirse camino como periodista deportiva. “Ese” periodista misterioso llamado Marathon se hizo más que un hueco en la crítica futbolística, sus comentarios eran un referente entre 1954 y 1990, pero su identidad real no salió a la luz hasta 1973. Ella es considerada la primera mujer periodista, cronista deportiva y directora de un programa deportivo radiofónico y consiguió varios premios a lo largo de su carrera profesional.

Partiendo de ese tipo de situación, y sabiendo que no fue la única, vamos avanzando en el camino y encontrando grandes profesionales que se enfrentaron a multitud de dificultades pero que con esfuerzo, constancia y las ganas de estar ahí y abrir paso a otras mujeres, consiguieron respeto y reconocimiento durante muchos años. Como ya hemos mencionado en el marco teórico, algunas de las pioneras en el periodismo deportivo de nuestro país son Mari Carmen Izquierdo, Olga Viza, María Escario o Paloma del Río, entre otras.

Todas ellas con trayectorias impresionantes, por lo que cuesta creer que en pleno 2021 nos sigamos encontrando con un panorama tan complejo para las mujeres dentro del periodismo deportivo. En él, debemos hacer mención también a algunas de las periodistas deportivas actuales:

- **Susana Guasch** empezó su carrera profesional a los 19 años en un periódico, más tarde se unió a la radio y, posteriormente, a la televisión. En su etapa de maternidad dejó uno de los programas en los que colaboraba para dedicarse a su bebé y en la actualidad lleva los deportes en *Movistar+*.
- **Silvia Barba** debutó en una agencia de noticias deportivas hace poco más de 10 años y, desde entonces, es uno de los rostros más conocidos en el periodismo deportivo.
- **Marta Solano** es otro de los perfiles más conocidos en RTVE, donde comenzó como redactora de la sección de nacional pero, rápidamente, pasó a formar parte de los deportes. Ha presentado esta sección en todas las ediciones de los

telediaros, fue presentadora de *Estudio Estadio y Desafío Champions* y, en 2012, presentó los Juegos Olímpicos de Londres.

- Hace más de 50 años de la incorporación de la primera mujer al periodismo deportivo, sin embargo, hasta hace dos nunca habíamos escuchado una periodista deportiva narrar un partido de fútbol. **Danae Boronat** fue la primera en romper los esquemas tradicionales. En una entrevista para *La Vanguardia*, la periodista aseguraba que la gente “se sorprendía” y la miraba “asombrada”.

Y, aunque ha pasado a formar parte de la historia de *LaLiga*, ella afirma que lo hizo “como reto personal para saber que era capaz y la dificultad que tiene” y sin buscar nada más a cambio, pero se alegra de que esta situación abra camino y haga reflexionar a ver si, de esta forma, la gente “se da cuenta de lo raro que es que en un ámbito como el de la comunicación, con tantas mujeres haciendo tantas cosas, ninguna estuviera haciendo esto: narrando un partido” (Núñez, *AmecoPress*, 2021).

Danae Boronat ha publicado su libro ‘*No las llames chicas, llámalas futbolistas*’, en el que busca entender el porqué en la lentitud del proceso de alcanzar la igualdad en cuestión de género en el deporte, sobre todo en el fútbol, tras los datos y éxitos obtenidos por algunos clubes durante los últimos años.

Por otro lado, otras mujeres y periodistas deportivas han tenido que hacer frente al hecho de escuchar o leer su nombre, en numerosas ocasiones, únicamente para hablar de su vida privada, como es el caso de **Sara Carbonero**. El mal llamado “efecto Carbonero” hace hincapié en el número de mujeres contratadas por los medios de comunicación por el simple hecho de su belleza, independientemente de ser válida o no para este mundo. La pionera Mari Carmen Izquierdo, mencionó este fenómeno en una entrevista hace más de 10 años asegurando que es “censurable” ya que “hay medios que están quitando a grandes profesionales para poner a chicas guapas”.

En cuanto al tema de la vida privada, es algo que podemos ver reflejado en la vida de la propia Sara Carbonero, que desde el momento en que Iker Casillas le dio el famoso beso después de ganar el Mundial pasó a ser, a ojos del público, la novia y, posteriormente, la

esposa de Iker Casillas antes que la periodista. Y su vida personal llena más noticias en la red y en el papel que su trayectoria profesional. Basta con realizar una búsqueda rápida de su nombre en Google para visualizar los primeros resultados que aparecen sobre ella:

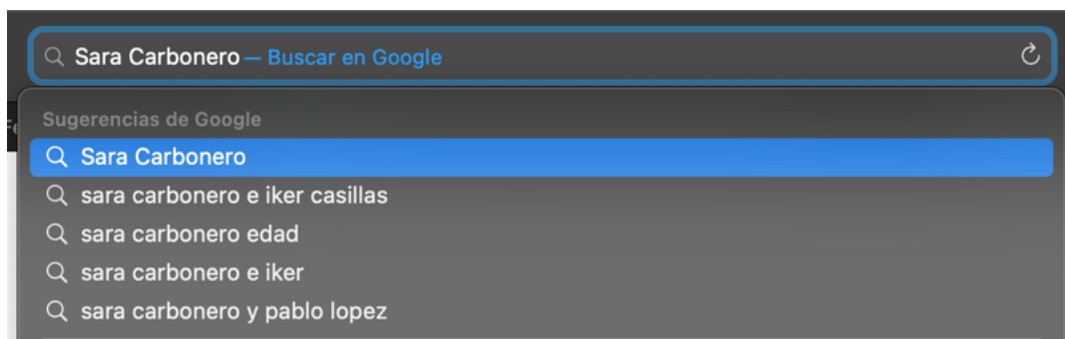


Ilustración 1. Resultados de la búsqueda en Google sobre Sara Carbonero

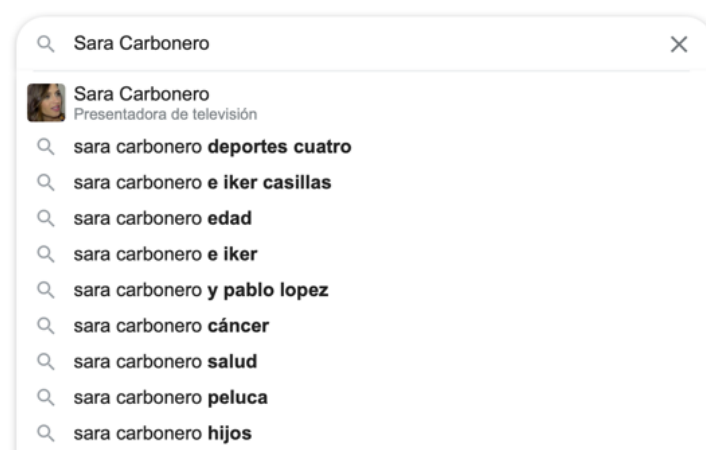


Ilustración 2. Algunos resultados sobre la búsqueda en Google de Sara Carbonero

La mayor parte de los resultados son acerca de su vida privada y de su vida, sobre todo, sentimental. Algo que también le achacan mucho, y en muchas ocasiones, a las mujeres.

A raíz del conocido “beso de España” ha sido también muy criticado por una parte de la sociedad que considera que fue “una desconsideración al trabajo de Sara Carbonero”, como asegura la directora de la Asociación de Mujeres de los Medios de Comunicación (AMECO), Cristina Pérez Fraga. Añade que “Sara Carbonero es subdirectora de deportes y la ponen a pie de campo a hacer entrevistas, lo que podría hacer cualquier redactor” por lo que no deberían, en su opinión, haberla situado allí ya que “había otros puestos donde

podía desarrollar su trabajo”. Sin embargo, han hecho, una vez más, que ella cumpla ese “papel de florero” que en numerosas ocasiones se les pide a las mujeres en este ámbito.

La actual desigualdad de género que atraviesa los diferentes escenarios sociales se funda en la sociedad patriarcal, que ha derivado en lo que se conoce como cultura androcentrista (Carrillo, 2017). En este tipo de cultura, los estereotipos de género diferencian unas características exclusivas de hombres y mujeres. Cosecha de estos estereotipos son las posteriores diferencias que se muestran en la sociedad en el ámbito deportivo. Las mujeres han crecido escuchando que deben comportarse con dulzura, ternura y tranquilidad por lo que los deportes que deben practicar, una vez que empezaron a poder hacerlo, deberían ser los que encajaran con esas definiciones. Por otra parte, a los hombres siempre se les ha otorgado características de fortaleza y decisión, que encajarían con otro tipo de deportes más bruscos que carecen de la suavidad que se les pide a ellas.

Esto, llevado al mundo de la comunicación, hace que las periodistas deportivas también se vean obligadas a cubrir informaciones sobre esos deportes específicos en los que les han dicho que pueden o deben participar, de acuerdo a las condiciones atribuidas por el resto de la sociedad.

En el mundo del deporte también han sido muchas mujeres las pioneras en enfrentarse a esos nuevos retos y romper las barreras que las alejaban de su deseo de participar en ellos, al igual que el resto de la sociedad. De esta forma, no debemos olvidar la historia de algunas de las pioneras del deporte:

- En 1900, la tenista **Charlotte Cooper** se convertía en la primera campeona olímpica de la historia en los Juegos Olímpicos de París.
- **Kathrine Switzer** fue la imagen de la primera corredora de maratón con dorsal en la Maratón de Bostón de 1967, a pesar de los numerosos intentos por parte de algunos hombres por expulsarla de la carrera.
- Diez años después, **Lusia “Lucy” Harris** fue la primera mujer en jugar en un equipo de la NBA masculino y la primera en hacerlo en la historia del baloncesto.
- Ya en 2010, **Edurne Pasaban** se convertía en la primera mujer en alcanzar las catorce montañas *ochomiles* (más de 8.000 metros de altitud). La lucha de esta mujer ha sido contra un ámbito también muy machista como es el mundo que

rodea la escalada. Hace 3 años anunció su vuelta a esta disciplina para denunciar así el trato vejatorio a las mujeres en una zona de Nepal.

Allí “no se les permite acercarse a las laderas de las montañas por ser “impuras” debido a la menstruación y son obligadas a vivir en condiciones infrahumanas en las afueras de los poblados” (Wats Team, 2019).

- Una de las mejores tenistas de la historia, **Serena Williams**, ha logrado a lo largo de su trayectoria 39 títulos de Grand Slam, convirtiéndose así en 2016 en la primera mujer en conseguirlo.
- **Bibiana Steinhaus** se convirtió, en 2017, en la primera árbitra de la Bundesliga. Además, ha estado en tres Mundiales, tres Eurocopas femeninas y en unos Juegos Olímpicos.
- **Ada Hegerberg** fue la primera futbolista reconocida que ganó un Balón de Oro en 2018 y quiso dedicárselo a “todas esas niñas en el mundo que juegan al fútbol” aconsejándoles que crean en si mismas. Aún así, en la gala de entrega del galardón, tuvo que soportar algunos comentarios desafortunados de parte del presentador, que le preguntó “si sabía perrear”.

Es evidente que aún queda mucho camino por recorrer ya que, al igual que en la sociedad en general y en el periodismo en particular, dentro de la especialización deportiva las mujeres también encuentran más barreras. Aunque la información deportiva ha evolucionado con el paso del tiempo, aún existen muchos estereotipos relacionados con el físico de las periodistas y, a menudo, se le da más importancia a su vida privada que a su profesionalidad. Durante años, las periodistas han sufrido este tipo de discriminaciones por parte de la audiencia y de sus propios jefes y compañeros. En la actualidad, si bien es cierto que la situación en las redacciones ha vivido algún que otro cambio y ha disminuido el número de mujeres que sufren estas faltas de respeto, aún siguen existiendo divergencias y en el *feedback* con el público aún queda trabajo por hacer.

En muchas ocasiones, son los propios medios de comunicación los que caen en el profundo error de este tipo de discriminación de género, los que tratan a las mujeres como objetos y no sujetos de la información. Algo que se puede comprobar aún con más frecuencia en los medios deportivos. Pero también son muchos más los medios que han ido emergiendo para favorecer la imagen de las deportistas en las informaciones. Es el caso de medios digitales como *Líderas*, la primera revista deportiva femenina en español

en la que se puede encontrar todo tipo de noticias, reportajes, entrevistas y opiniones acerca del deporte femenino.

Si a las discriminaciones anteriores le unimos el ideario común de la *presupuesta* falta de conocimiento de las mujeres en temas deportivos o la falta de atención hacia sus informaciones, por el mero hecho de haberlas firmado ellas, estamos contribuyendo a este tipo de discriminación que lejos de avanzar hacia una sociedad más igualitaria, se aleja de ella.

No se trata, únicamente, de los piropos o comentarios groseros que en ocasiones reciben las periodistas por su apariencia física, en vez del respeto necesario hacia sus informaciones, independientemente de la especialización que sea. Otra forma de contribuir a esta situación, marcada por los propios medios de comunicación, son las diferencias que se llevan a cabo dentro de los diarios, en las secciones que están divididas las redacciones y a las que se dedica cada profesional, dependiendo de su género.

En este caso, las periodistas han sido relegadas durante años a deportes considerados “minoritarios” como pueden ser el patinaje artístico, la gimnasia rítmica o la natación sincronizada, mientras que sus compañeros varones han sido siempre los encargados de cubrir informaciones sobre deportes “mayoritarios”, como el fútbol o el baloncesto.

Basta con echar un vistazo a las noticias diarias para ver las diferencias abismales en cuanto a cobertura que reciben los deportes minoritarios y mayoritarios. En general, las mujeres reciben menos minutos y columnas de información en los medios de comunicación y, si a ello le sumamos que se dediquen a deportes considerados minoritarios, se puede hacer difícil hasta poder informarse sobre el tema si no realizas una búsqueda en profundidad.

Los deportes mayoritarios siempre han sido practicados por hombres, por lo que a ellos se les presupone desde su nacimiento un conocimiento amplísimo sobre el tema que las mujeres deben corroborar mediante años de estudio, investigaciones y demostraciones en los propios medios. Asimismo, y pese a los avances en igualdad de género, las periodistas deportivas han tenido que seguir enfrentándose a un sistema machista y patriarcal que surge de un sector muy masculinizado. Es por esto que si antes era llamativo ver a mujeres

dedicarse a esta especialización, ahora lo que sorprende es que logren llevar a cabo las mismas tareas que sus compañeros varones.

En cuanto a los minoritarios, en el aspecto económico, los clubes de este tipo de deportes suelen tener que hacer grandes esfuerzos para lograr ayudas y subvenciones. Además, a la falta de inversión hacia estos equipos, es necesario sumarle la escasa difusión que reciben en los medios, llegando incluso a cambiar la programación a última hora en vez de dar cobertura a algunos de ellos. Incluso en las categorías profesionales son muchos los esfuerzos que tienen que realizar por lograr recibir la atención que tanto unos como otros merecen. Y, al final, todo se acaba convirtiendo en un bucle del que se hace difícil salir ya que los deportes no reciben la importancia que merecen por no ser tan rentables como, por ejemplo, el deporte por excelencia (fútbol) pero, a su vez, al no darles la oportunidad, siguen perdiendo rentabilidad y no hay forma de darles la visibilidad que deberían obtener al ser tan válidos como cualquier otro. Para que los deportes puedan disfrutar de la misma atención por parte de la sociedad, independientemente de cuál sea, es necesario que los medios realicen una correcta cobertura de los mismos y se les de la difusión que realmente merecen.

A menor importancia otorgada y menor expectación hacia los deportes minoritarios, menos atención reciben por parte de patrocinadores y organizadores. Esto acaba haciendo mella en las periodistas deportivas porque al igual que quienes se dedican a este tipo de deportes son, en su mayoría, mujeres, quienes acaban relegadas a cubrir las informaciones relacionadas con ellos, también lo son.

La mayor parte de estos deportes parten, en gran medida, de la consecuencia de la desigualdad social que estamos mencionando ya que a lo largo de los años quienes se han dedicado a ellos han sido, en su mayoría, mujeres. Por tanto, para que podamos observar una transformación en el panorama general y tanto estos deportes como las mujeres en la sociedad reciban la importancia y el reconocimiento que merecen, necesitamos cambios sociales, además de los deportivos.

Necesitamos una educación igualitaria desde que nacemos, sin colores que impongan el género, sin juguetes más o menos apropiados para cada sexo, ni emociones propias de unas u otras personas, sin deportes femeninos y masculinos o carreras para hombres y

mujeres y sin bloqueos laborales por pertenecer a uno u otro sexo. A la hora de realizar la cobertura de informaciones relacionadas con mujeres en los medios deportivos es importante no seguir cayendo en titulares discriminatorios que hacen referencia al aspecto personal de las deportistas o utilizar ciertas imágenes que siempre son elegidas para este tipo de informaciones sobre la cuestión de igualdad en el deporte como pueden ser, por ejemplo, el uso de un zapato de tacón pisando un balón de fútbol.

En este aspecto destacan dos de los estereotipos principales que hemos señalado a lo largo de esta investigación: en el caso de las mujeres, la utilización de objetos estereotipados que le restan credibilidad y dan a entender que para llegar a su puesto deben pisar a los demás y, por otra parte, el fútbol como deporte estrella y “único” en el mundo. Este tipo de fotografías desvían la atención del mensaje que buscan dar. Además, también es llamativo como en el caso de las mujeres, la mayor parte de las veces, se utiliza el nombre de pila para referirse a ellas (Garbiñe, Serena, Mireia...) pero en el caso de ellos se utiliza su apellido (Nadal, Federer, Casillas...). Este es otro punto de diferenciación entre ambos, además de recibir una menor cobertura en los medios que el resto de deportistas, cuando aparecen lo hacen como personas “de segunda” porque se sobreentiende que los hombres siempre son los sujetos que actúan y las mujeres los objetos que se limitan a observar.

Podría utilizarse la teoría de que las deportistas reciben una menor cobertura que sus compañeros al no recibir los mismos resultados que ellos en las pruebas realizadas pero esta hipótesis se cae por su propio peso al hacer una comparación entre ambas. Desde que en los Juegos Olímpicos de París (1900) se permitió, por primera vez, que las mujeres participaran en ellos, el número de participantes femeninas en esta competición ha ido aumentando con el paso del tiempo. En Barcelona 1992 la presencia de las mujeres llegó, incluso, a triplicarse con respecto a las anteriores ediciones. Asimismo, los últimos Juegos Olímpicos, tanto Londres en 2012 como Río 2016, las deportistas españolas conquistaron un mayor número de galardones que los hombres, algo que no se ve reflejado en realidad.

Desde el punto de vista de las periodistas deportivas, mujeres anteriormente mencionadas como Mari Carmen Izquierdo, Olga Viza, María Escario, Julia Luna o Paloma del Río han sido algunos de los rostros y voces más conocidas que han cubierto los Juegos Olímpicos. En cambio, según un estudio presentado por el Consejo de Europa en el año 2019, entre 2016 y 2018 ha ido variando el número de mujeres en dicha actividad pero

siempre con un porcentaje de participación inferior que los periodistas hombres que lo han cubierto como muestra el gráfico 17.

Distribución de los periodistas españoles en los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de 2016 y 2018 por sexos

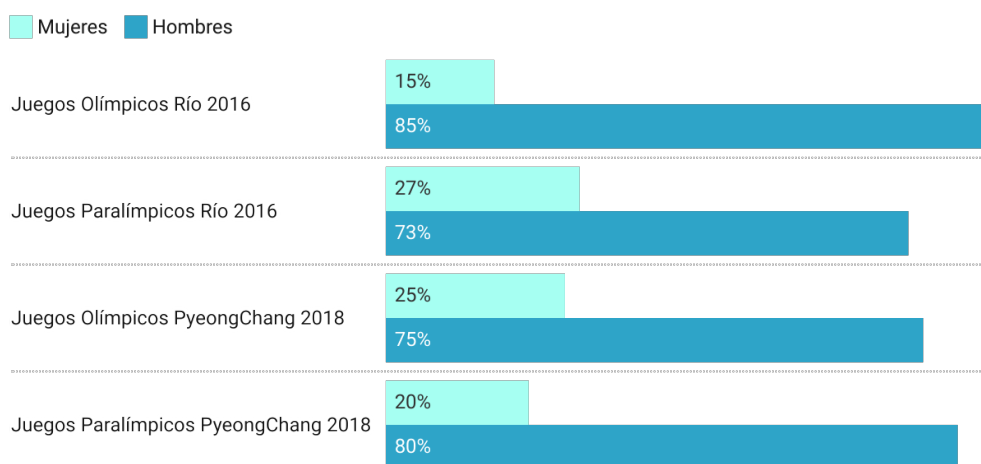


Gráfico: Andrea Núñez • Fuente: Consejo de Europa (2019) y Statista • Creado con Datawrapper

Gráfico 17. Distribución de los periodistas españoles en los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de 2016 y 2018 por sexos

Link al gráfico: https://www.datawrapper.de/_Tyf8p/

Además de constatar dicha situación de diferencias mediante la presente investigación, muchas de estas voces del periodismo deportivo han reivindicado durante años la necesaria igualdad de género en este espacio tan androcéntrico, donde las mujeres se han enfrentado a un mundo copado por hombres y, además, a dos ámbitos a los que ellas han tenido prohibida la entrada durante mucho tiempo: el periodismo y el deporte.

Paloma del Río, conocida como *la voz del deporte*, es una de las pioneras en este mundo del periodismo deportivo como ya se ha dicho. Desde su llegada a la redacción de RTVE, en 1986, ha cubierto ocho Juegos Olímpicos de verano, seis de invierno y más de cien Mundiales y Europeos, siempre ligada a los deportes minoritarios. En una entrevista realizada en la agencia de comunicación *AmecoPress* para completar este trabajo de investigación, la periodista aseguraba que, al llegar a la redacción, “los deportes mayoritarios ya estaban todos ocupados por hombres”, algo que a ella no le preocupaba ya que siempre se ha sentido más atraída por el resto de deportes. Aún así, con la perspectiva de sus 35 años en activo en esta esfera, piensa que “está claro que ha habido

mucha mejora pero queda por delante un montón de trabajo por hacer porque ni mucho menos estamos a la altura de lo que podíamos estar”.

De esta forma, y aunque el deporte femenino y las periodistas deportivas tienen un lugar en los medios de comunicación, dicho lugar nunca acaba de aparecer a la misma altura que los hombres. Como ya hemos dicho, en los medios generalistas, los profesionales de la comunicación son separados mediante secciones, unas consideradas más femeninas y otras más masculinas. Más tarde, en los diarios especializados, en esta ocasión deportivos, además de dividirse en relación al tipo de deporte sobre el que van a informar, una vez en su puesto de trabajo, el papel que desempeñan también es diferente.

Solo con encender la pantalla de la televisión es suficiente para ver este fenómeno en programas deportivos, en los que los hombres aparecen como reporteros, colaboradores, presentadores y directores de los programas, con la capacidad y el derecho de dar información y opinar sobre ella, y las mujeres, en cambio, aparecen excluidas de una forma u otra, en puestos en los que únicamente deben leer comentarios de redes sociales o informar sobre temas secundarios, mediante una apariencia física de la “mujer perfecta”. En los últimos años hay un mayor número de mujeres en los medios deportivos pero no por su profesionalidad. Lo que no quiere decir que sean malas profesionales, ni mucho menos, sino que prima su belleza y atractivo y, en muchas ocasiones, aparecen en los programas de “adorno” porque no les dan la importancia y el respeto que merecen.

Mientras que el físico en el caso de los periodistas (hombres) no es sacado de contexto, ni siquiera es relevante para hablar sobre ello, ellas deben soportar todo tipo de comentarios en relación a él, a su vestimenta o forma de vida. En la representación sigue estando presente la idea de “el hombre HACE” y “la mujer ES”, mediante la que los hombres son los sujetos de las informaciones y las mujeres los objetos, ellos son verbo y ellas atributo. Sigue tratándose de ese “nosotros” que elaboramos todo y ya “ellas” (las otras), de vez en cuando, se incorporan desde su esfera privada.

Por esta razón, el tiempo que ocupan cada uno de estos profesionales en los medios varía notablemente dependiendo de su género. “Los hombres, ya sean reporteros o periodistas, ocupan en torno al 29% del tiempo de los informativos deportivos, mientras que las mujeres periodistas solo aparecen un 16% del tiempo”. Lo mismo ocurre en el caso de la

información deportiva, ya que “el deporte femenino aparece solo en un 2’5% del tiempo de duración del informativo” (Canela, 2020, págs. 30-31). Esta situación demuestra, una vez más, la marginación a la que están sometidas las mujeres en la sociedad en general y en la forma de ser representadas mediáticamente, en particular.

Otro aspecto a tener en cuenta, en relación a las desigualdades mencionadas dentro del periodismo en general, es el número de puestos directivos ocupados por mujeres. Dentro de esta especialización se ha podido vivir un auge de algunas redacciones como las de *Televisión Española*, que han ido dando paso a las mujeres en los puestos más altos, hasta llegar al punto de que, en su organigrama, son una mayoría.

Según **Marta Solano**, uno de los rostros más conocidos de *RTVE*, también mencionada anteriormente, “tradicionalmente ha habido más hombres que mujeres en redacción y jefatura pero ahora esta situación está cambiando poco a poco”. Tal es así que, en su caso, afirma “la mayoría de mis jefas directas son mujeres”.

Sin embargo, a pesar de la evidente evolución, más visible aún en el caso de *Televisión Española*, todo sigue en manos de hombres ya que es algo que ha sucedido tradicionalmente y cuesta cambiar hábitos. Aunque las mujeres puedan aparecer presentando programas, muchas veces ni siquiera son las editoras. Suelen desempeñar uno u otro trabajo, pocas veces más de uno o ambos a la vez, mientras que ellos sí lo hacen. A las mujeres no se les ha dado aún esa oportunidad de destacar de la misma forma que a ellos y así es difícil lograr dicha igualdad.

Como ya se ha mencionado anteriormente, entre todas las situaciones de disparidad señaladas, aún existe un tipo muy presente en nuestra sociedad: el lenguaje sexista y la hipersexualización hacia las periodistas, aún más marcado en el caso de las deportivas.

Si tenemos en cuenta que la prensa deportiva, de forma generalizada, ya utiliza un discurso muy sexista en sus informaciones, podemos corroborar que ese lenguaje afecta al deporte femenino, en general, y a las periodistas deportivas que trabajan en ese tipo de medios, en particular. De la misma forma, dicho alegato androcéntrico bajo el que se encuentran tanto las periodistas deportivas como el propio deporte, hacen que exista una

situación de disparidad que afecta también a las mujeres que no tienen que ver con este mundo de la profesión periodística o el deporte.

Paloma del Río afirma que, a pesar de no haber vivido situaciones extremas en su piel debido a que “en TVE estamos muy habituados, rodeados por hombres y mujeres y a la hora de asignar un operativo no importa lo que seas”, es consciente de que el lenguaje sexista y la hipersexualización en ocasiones hacia las deportistas y las periodistas deportivas “es un hecho”.

Podemos afirmar que todavía no hemos llegado al punto de igualdad real en la sociedad ya que seguimos encontrando noticias como esta de mayo de 2021:

“El Observatorio de Igualdad de RTVE ha abierto una investigación de oficio en relación a los hechos denunciados en los medios de comunicación sobre los comentarios machistas realizados en la emisión del partido de LaLiga Primera División Femenina entre el Real Madrid y el Eibar del pasado 16 de mayo” Es por eso que “el Observatorio de Igualdad ha actuado de oficio y ha iniciado un expediente para que se tomen las medidas oportunas en el caso de que esos comentarios machistas pudieran proceder de algún trabajador de RTVE” (AmecoPress, 2021).

Tanto Marta Solano como Paloma Del Río coinciden en que el deporte y el periodismo deportivo es una de las especializaciones donde es más evidente la brecha de género, “no solo por el contenido, sino también por quien lo hace”. Y ambas periodistas están de acuerdo en que lo que importa es que no se frene en la lucha por esta igualdad ya que "aunque sea un proceso lento, todo lo que se avance es bueno".

Además, Del Río asegura que “la concienciación por parte de las mujeres periodistas ante este caso viene de serie pero también sería necesario que los hombres se dieran cuenta de que tienen mucho talento femenino al lado”. De esta forma, podrían aprovecharlo para el bien de la periodista y su propio bien, tanto a nivel social como profesional.

Y... ¿qué hay de la **concienciación social**? En una encuesta realizada a 174 personas de dentro y fuera del ámbito periodístico y deportivo, 155 personas consideran que aún no hemos alcanzado la plena igualdad de género en el deporte y 154 opinan lo mismo del periodismo deportivo.

Aún así, hay quienes creen que en el ámbito laboral sí hay igualdad (aunque haya un mayor número de hombres que de mujeres) ya que una opinión generalizada en la sociedad es que la mayoría de periodistas que quieren especializarse en la rama deportiva son hombres. Algo que, además de desmentirse con el número de matriculadas y graduadas en la profesión, Paloma del Río aseguraba no ser así y añadía que, ya en sus inicios, llegaban muchas más mujeres que hombres a las redacciones pidiendo entrar en las secciones deportivas. Ellas tienen más vocación hacia el deporte en general mientras que ellos solo quieren hablar de fútbol.

Como en muchos otros ámbitos de la sociedad, la importancia radica en recibir la suficiente información (al completo) para poder tomar una decisión. Estas decisiones para las mujeres se convierten en privilegios muchas veces ya que reciben la información estereotipada, creada durante tantos años de disparidad y androcentrismo. Crecen continuamente pensándose incapaces de realizar los mismos ejercicios que sus compañeros y cuando demuestran que pueden hacerlo, se encuentran con obstáculos por todas partes. Pero la sociedad que no vive estas situaciones en su propia piel no lo ve, no quiere verlo o no es capaz de darse cuenta de todo lo que sucede a su alrededor ya que viven bajo los mismos pensamientos y estereotipos en los que se ellas fueron educadas.

Es por eso por lo que la opinión de las periodistas deportivas como Paloma del Río o María Escario, que han vivido estas desigualdades en su propia piel, difiere tanto de la del resto de la sociedad. Solo si muestras interés por el tema, realizas una investigación o te dedicas a ello y lo sufres en primera persona, serás capaz de escapar de esas ideas preconcebidas que nos inculcan desde el nacimiento, a pesar de ser tan sencillo como prestar atención a las pantallas o páginas de nuestros medios de comunicación y ver lo que ocurre en realidad.

4. CONCLUSIONES

A partir de lo descrito en el Desarrollo de esta investigación, podemos llegar a la conclusión de que no existe realmente una igualdad en el ámbito deportivo en nuestra sociedad, ni para las deportistas ni para las periodistas deportivas.

Puede parecer que la igualdad de género es un tema que está a la orden del día y que, tras tantas reivindicaciones, hemos logrado avanzar en él con creces. Algo que está muy lejos de la realidad ya que, aunque si es cierto que se ha adelantado en algunos aspectos como que las mujeres ahora si están en todas las esferas de la sociedad, todavía siguen ocupando papeles secundarios y enfrentándose a numerosas barreras de todo tipo. Asimismo, las que consiguen incidir con fuerza en este mundo no pueden relajarse y deben seguir luchando por mantenerse en él y hacer frente a cuantiosas adversidades debido a su género, que no tienen que afrontar sus compañeros.

Al igual que en otros aspectos, la igualdad está presente en el papel y en la legalidad pero no en el día a día y en la realidad que nos compete en esta investigación: el deporte en todas sus facetas.

Quizás deberíamos plantearnos cuál es el motivo de esta situación y pensar por qué se siguen dando estas desigualdades hoy en día. Es decir, en el caso del deporte, teniendo en cuenta que las mujeres son la mitad de la población... ¿la disparidad existe debido al poco interés que tiene la sociedad por el deporte femenino o debido a la, casi invisible, representación mediática de las deportistas?.

Y, en cuanto al terreno periodístico, si recordamos que las mujeres superan a sus compañeros en las aulas de las carreras, másteres y doctorados de estudios relacionados con la comunicación, así como en el número de graduados... ¿pierden interés en la profesión para la que se estuvieron preparando durante su vida a la hora de dar el salto al mercado laboral o, quizás, siguen primando las ideas androcéntricas de hace años al incorporarlas a las redacciones y darles puestos de responsabilidad?.

A pesar de ser galardonadas y batir récords, dentro y fuera del terreno de juego y dentro y fuera de la profesión periodística, parece prevalecer el ideario común y anticuado de

que las mujeres deben estar, porque así lo han hecho durante años, fuera del espacio público para dedicarse al privado.

Para concluir este Trabajo Fin de Máster debemos recordar las hipótesis marcadas en el punto 1.4 de la introducción para poder corroborar si se han cumplido o no.

La hipótesis principal de este estudio es indiscutible ratificarla una vez terminado el trabajo por completo ya que hemos podido comprobar que, evidentemente, cada vez son más las mujeres presentes en los medios de comunicación pero, de todas formas, queda muchísimo por avanzar para alcanzar la completa y necesaria igualdad de género.

La afirmación anterior se mantiene en la segunda hipótesis planteada ya que, a pesar de la citada y evidente evolución en este aspecto, las periodistas deportivas siguen quedando relegadas a un segundo plano en la profesión. Una vez dentro de ella, se encuentran todo tipo de obstáculos, desde barreras salariales hasta el tan nombrado techo de cristal.

No es suficiente con dar un lugar a las periodistas en las pantallas o páginas de los medios si van a seguir cumpliendo papeles superficiales, en los que prima más su aspecto físico que su capacidad profesional. No es suficiente con que se dediquen al periodismo deportivo si al llegar a las redacciones encuentran más dificultades a la hora de elegir deportes mayoritarios que minoritarios, por ejemplo, por estar asociados con su género. Asociados con esa “feminidad” que obliga a las mujeres a mantenerse perfectas y ser sensibles y tranquilas, al contrario que ellos, que pueden mostrar su potencia y fuerza en esos otros deportes considerados “masculinos”.

Quizás la clave estaría en dejar de definir cada aspecto de nuestra vida de forma estereotipada. Dejar de distinguir las cosas en hombres y mujeres, en masculinas o femeninas y dejar de diferenciar entre los jugadores y las jugadoras marcando una diferencia de nivel o status, dentro de un mismo deporte. Deberíamos plantearnos la razón por la que, si no se nos ocurriría añadir a las competiciones en las que participan los hombres el adjetivo “masculino” detrás, seguimos especificándolo en el caso de nuestras deportistas. De esta forma, la Liga Profesional de fútbol o la final del Eurobasket de baloncesto podría referirse a cualquier tipo de competición en la que participen tanto hombres como mujeres y no sería una denominación exclusiva de un único sexo. En

cambio, esto aún no ha cambiado y al mencionar un encuentro deportivo, sin adjetivos detrás, rápidamente pensamos en las categorías masculinas. En los medios estas categorías son las genéricas, al igual que en los distintos ámbitos de la sociedad. Mientras que las femeninas siempre aparecen en un segundo plano o incluidas dentro de las anteriores, sin darles el espacio e importancia que merecen.

En este mismo punto, también es complicado entender la razón por la que la importancia de la profesionalidad de las periodistas se pierde en el momento en el que se habla de su vida privada. Prima más la opinión sobre su belleza o su vida familiar que su papel en la profesión que ejercen. Un peso que también recae sobre sus hombros a la hora de conciliar esa vida familiar con la laboral, al seguir obligando a las mujeres a elegir entre su profesión y su presupuesta obligación de dedicarse a la maternidad y el cuidado del hogar y de personas mayores, como había supuesto en la tercera hipótesis.

Este trabajo no se podría dar por finalizado sin mencionar la cuarta y última hipótesis. En ella, trataba el tema de la concienciación social. Mi opinión antes del inicio del estudio era que la sociedad sigue siendo poco consciente de esta desigualdad de género aún presente en nuestros días. Esto es algo que, a través de la encuesta realizada, pude comprobar en cierto modo. Es verdad que una gran mayoría afirmaba ser consciente de que esta situación de discriminación permanece en el ámbito del deporte y el periodismo deportivo. Aún así, muchas de esas personas siguen con opiniones que distan mucho de la realidad, lo que hace plantearse si realmente lo son.

Por ello, son necesarias más investigaciones de este estilo y tratar de acercar más a la gente a la realidad. Ese es el papel de los medios de comunicación. El periodismo nació como una forma de acercar la información a la sociedad, de otorgar a todo el mundo la capacidad de informarse y, por tanto, formarse y formar una opinión en relación al tema tratado.

Es vital para nuestro día a día tener información al alcance de nuestras manos, una información veraz que nos ofrezca ese poder de decisión en los infinitos temas a tratar y es por esto por lo que necesitamos dar más voz a las mujeres de lo que aún hoy en día se hace. Y, para ello, también es necesario una voz femenina al otro lado del altavoz. Una que demuestre que las mujeres pueden permitirse, con naturalidad, elegir a qué dedicarse

y qué hacer en su vida, sin verse marcadas por estereotipos o ser menos valoradas por no haber nacido hombres.

Las deportistas y periodistas deportivas también deben retroalimentarse mutuamente, ayudándose y dándose apoyo como lo hacen grandes profesionales como Paloma del Río, mencionada durante el desarrollo de la investigación. Entre todas y todos podríamos acabar con esta situación de desigualdad con la que seguimos conviviendo, pero para ello es necesario la concienciación social antes mencionada.

Se debe empezar desde las escuelas, desde la educación, para acabar con ese currículo oculto que persigue a las mujeres en cada paso del camino que dan. Para reconocerles, como merecen, que son igual de válidas que los demás para, al menos, intentarlo sin que las frenen antes de empezar. De esta forma, nuestra realidad vivirá una verdadera evolución y no serán necesarias más investigaciones de este estilo porque alcanzaremos de manera tangible la tan deseada igualdad.

Una igualdad que empieza por no hacer de menos a esas niñas en esferas como la deportiva y continúa por el necesario papel que los medios de comunicación tienen que cumplir, tratando de la misma manera a ambos sexos.

Por todo ello, es necesario concluir que las hipótesis planteadas sobre la evolución de las deportistas y, sobre todo, periodistas deportivas, lamentablemente, estaban en lo cierto. Todavía queda tiempo por luchar y mucho que visibilizar desde los propios medios de comunicación, tanto dentro como fuera del terreno de juego de la igualdad.

5. BIBLIOGRAFÍA

- Ágora. (2016). Obtenido de <https://www.agorarsc.org/la-mujer-y-su-rol-en-el-desarrollo-de-las-sociedades/>
- Alcoba López, A. (2005). *Periodismo deportivo*.
- Alcoba, A. (1993). *Cómo hacer periodismo deportivo*.
- Almuiña, C. (2010). *El nacimiento de la libertad de prensa en España*. Obtenido de <https://www.elnortedecastilla.es/v/20101110/opinion/nacimiento-libertad-prensa-espana-20101110.html>
- AmecoPress. (2021). Obtenido de <https://amecopress.net/El-Observatorio-de-Igualdad-de-RTVE-investiga-comentarios-machistas-en-la-emision-de-un-partido>
- Amorós, N. (2019). *Dragón digital*. Obtenido de <https://dragondigital.es/reportajes/el-deporte-tambien-es-de-chicas/>
- APM. (2021). *Manifiesto de la FAPE contra la brecha salarial y el acoso laboral y 'online'*. Obtenido de <https://www.apmadrid.es/manifiesto-de-la-fape-contra-la-brecha-salarial-y-el-acoso-laboral-y-online/>
- Arroyo, I. (2019). *Ravelo*. Obtenido de <https://ravelodeporte.es/las-pioneras-periodistas-deportivas-pero-de-verdad/>
- Balseiro Expósito, A. (2008). Del techo de cristal al laberinto minado. En AMECO, *Valer y no llegar. El techo de cristal para las periodistas* (págs. 18-19).
- Burkle, & Menéndez. (1997-98; 2001).
- Canela, M. (2020). *La emergencia del periodismo deportivo femenino: Una doble estrategia de visibilización de las mujeres en el ámbito de la comunicación y del deporte*. Trabajo de fin de grado.
- Canela, M. (2020). *La emergencia del periodismo deportivo femenino: Una doble estrategia de visibilización de las mujeres en el ámbito de la comunicación y del deporte*. Trabajo de fin de grado.
- Castilla, A., & Linares, E. (2015). *El papel de la mujer periodista en el ámbito deportivo*. Trabajo Fin de Grado.
- Ciclo 'Periodismo: Desafíos y realidades' Tercera sesión. (2018).
- Dader, J. (2012). Periodismo político y política del periodismo: Imaginando un futuro digno y sostenible. 40.
- Delgado, D. (03 de mayo de 2019). *Muy historia*. Obtenido de Muy historia: <https://www.muyhistoria.es/contemporanea/articulo/brevisima-historia-del-periodismo-531556875663>

- De-Miguel, R., Hanitzsch, T., Parratt, S., & Berganza, R. (2017). *Women journalists in Spain: An analysis of th sociodemographic features of the gender gap*".
- Española, R. A. (2021). *Definición de periodismo*.
- Estandarte. (2021). Obtenido de https://www.estandarte.com/noticias/autores/beatriz-cienfuegos-la-primera-periodista-espaoa_3826.html
- Flores, I. C. (2017). *Los Nudos del Género. Apuntes para la Formación Ética de Educadoras y Educadores*.
- Fumero Gutiérrez, S. J. (2016). *Periodismo deportivo. El papel secundario de la mujer periodista*. Trabajo de Fin de Grado, Universidad de La Laguna.
- Gallagher, M. (2021). *GMMP 2020*. Obtenido de <https://www.uv.mx/blogs/obvio/files/2021/03/INFORME-PRELIMINAR-GMMP-2020.pdf>
- Gallego Ayala, J. (2004). *Valer y no llegar. El techo de cristal para las periodistas*.
- García Quesada, S. (2020). *Brecha de género en el periodismo. El papel de la mujer en los medios de comunicación: discriminación en la inserción*. Trabajo Fin de Grado.
- García, I. (2021). Obtenido de <https://www.888sport.es/blog/eventos-deportivos-audiencia-television>
- GMMP. (2020). Obtenido de <https://www.uv.mx/blogs/obvio/files/2021/03/INFORME-PRELIMINAR-GMMP-2020.pdf>
- GMMP. (2020). *Informe preliminar*.
- Gómez, E. G. (2017). *La presencia de la mujer en el periodismo deportivo*. Trabajo Fin de Grado.
- La Marea*. (26 de febrero de 2020). Obtenido de <https://www.lamarea.com/2020/02/26/grafico-los-hombres-siguen-copando-los-puestos-directivos-en-los-medios-escritos-en-2020/>
- Las Gafas Violetas. (2018). Obtenido de Feminismo por supervivencia. Las Gafas Violetas: <https://lasgafasvioletasrevista.com/2018/10/24/periodistas-de-deportes-historia-de-una-lucha-continua-contra-el-machismo/>
- Las Gafas Violetas. (24 de octubre de 2018). *Feminismo por supervivencia. Las Gafas Violetas*. Obtenido de <https://lasgafasvioletasrevista.com/2018/10/24/periodistas-de-deportes-historia-de-una-lucha-continua-contra-el-machismo/>
- Maffia, D. (2013). *Contra las dicotomías: feminismo y epistemología crítica*.

- Menéndez, M. I., & Figueras, M. (2013). La evolución de la prensa femenina en España: de La Pensadora gaditana a los blogs. *Comunicació: Revista de Recerca i d'anàlisi*, 30(1).
- Montero Ramos, F. J. (2018). *Deontología del periodismo deportivo. Principios fundamentales y tratamiento en prensa*. Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid.
- Núñez, A. (2020). *La invisibilidad de las deportistas en los medios. Un análisis de la final del Eurobasket femenino de 2019 en el periódico Marca*. Trabajo Fin de Grado, Universidad Complutense de Madrid.
- Núñez, A. (2021). Obtenido de AmecoPress: <https://amecopress.net/Periodismo-deportivo-un-terreno-de-juego-desigual>
- Núñez, A. (2021). Obtenido de <https://amecopress.net/Periodismo-deportivo-un-terreno-de-juego-desigual>
- Núñez, A. (6 de abril de 2021). Obtenido de <https://amecopress.net/Periodismo-deportivo-un-terreno-de-juego-desigual>
- Ortiz Díaz, M. (2008). El techo de cristal europeo. Romper las barreras de los medios. En AMECO, *Valer y no llegar. El techo de cristal para las periodistas*.
- Reinoso, G. (2017). Obtenido de PERIODISTASGBRS: <https://sites.google.com/site/periodistasgbrs/4-desarrollo/a-evolucion-del-periodismo>
- Ripoll, J., Torres, S., Varcárcel, L., & Yun, M. (2020). *El papel de la mujer en los medios de comunicación: diferencias de género*.
- Robledo-Dioses, R. (2017). Evolución del periodismo: aportes mediáticos a la consolidación de la profesión. *Comhumanitas: revista científica de comunicación*, 8(1), 1-27.
- Rojas Torrijos, J. L. (2010). *La construcción de las noticias deportivas desde una mirada androcéntrica. De la invisibilidad a los estereotipos de la mujer deportista*.
- Santos, F. (1995). Periodistas, polanquistas, sindicato del crimen, tertulianos y demás tribus. 102.
- Shreeves, R. (2018). *Servicio de Estudios del Parlamento Europeo*.
- Ufarte, M. (2007). Las mujeres en el seno de la profesión periodística: de la discriminación a la inserción. *Ámbitos*(16), 409-421.
- Vega Montiel, A. (2010). *Las mujeres y el derecho humano a la comunicación: su acceso y participación en la industria mediática*.

- Villanueva, C. (2018). *YouTube*. Obtenido de Ciclo 'Periodismo: Desafíos y realidades' Tercera sesión: <https://www.youtube.com/watch?v=YP1RjRaMYzc>
- Wats Team. (2019). *Wats Team*. Obtenido de <https://www.wats.team/ocho-mujeres-que-cambiaron-la-historia-del-deporte/>
- White. (2007). *Comunicar comunidad*. 51.
- White, R. (2007). *Comunicar comunidad*. 2.
- YouTube*. (2018). Obtenido de I Encuentro Feminismo, medios e igualdad : <https://www.youtube.com/watch?v=icTbyMNIqFQ>
- Zuazo, A. L. (1995). Origen y evolución del término «periodista». *Estudios sobre el mensaje periodístico*(2).

6. ANEXOS

ANEXO A: ENLACES A GRÁFICOS DE AUTORÍA PROPIA

Gráfico 1. Estudiantes graduados en periodismo por sexos (2010-2017).

https://www.datawrapper.de/_/0Poas/

Gráfico 2. Número de parados en periodismo por sexos (2010-2017).

https://www.datawrapper.de/_/jMT6R/

Gráfico 3. Trabajadores en periodismo en porcentajes (2019).

<https://public.flourish.studio/visualisation/5260817/>

Gráfico 4. Comparación mujeres profesionales en los medios (2010-2015).

<https://datawrapper.dwcdn.net/KfRb1/1/>

Gráfico 9. Puestos directivos en los medios por sexos.

<https://public.flourish.studio/visualisation/5260493/>

Gráfico 13. Audiencia según tipo de diario en 2019.

<https://datawrapper.dwcdn.net/HkD2x/2/>

Gráfico 14. Total lectores diarios en los distintos medios (EGM 2019).

<https://datawrapper.dwcdn.net/eLmPW/1/>

Gráfico 15. Páginas con noticias sobre las deportistas durante el Eurobasket de 2019 en el periódico Marca. <https://datawrapper.dwcdn.net/KT1Kw/3/>

Gráfico 18. Distribución de los periodistas españoles en los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de 2016 y 2018 por sexos. https://www.datawrapper.de/_/Tv8p/

ANEXO B: ENTREVISTA A MARTA SOLANO

Pregunta: ¿Cómo fue tu experiencia? ¿Crees que ha habido la evolución suficiente con el paso de los años o aún queda mucho trabajo por hacer en la profesión?

Respuesta: Deportes es una sección en la que poco a poco se va consiguiendo la igualdad en número. Es una sección muy joven, donde se da oportunidad a los que empiezan atraídos además por las noticias positivas, los viajes, directos y experiencias que se viven en esa sección. En el caso de TVE ahora el jefe de Deportes es Arsenio Cañada, que presenta el TD2, pero antes estaba una mujer en el cargo. Un dato que invita a cierto optimismo en cuanto a igualdad de oportunidades. Cada vez hay más mujeres cubriendo

información deportiva y se van rompiendo clichés como que una mujer no pueda narrar un partido. Ya lo hacen en fútbol, tenis, deportes olímpicos...

Pregunta: En tu caso, has estado en diferentes secciones dentro del periodismo. **¿Crees que se nota más la “desigualdad” en unos ámbitos que en otros? ¿Podríamos decir que, dentro del periodismo, el deporte es la especialización donde más se pueden ver estos problemas, donde más ocurren (o han ocurrido)?**

Respuesta: Puede ser. En deportes tradicionalmente ha habido más hombres que mujeres en redacción y jefatura. En otras secciones como Sociedad pasa al contrario. Ahora mismo la mayoría de mis jefes directos son mujeres. Hablo de jefas de Área (Sociedad, Economía, Nacional) y editoras de telediario (td1, td3, 24 h). Por ejemplo la responsable máxima del 24h es Cristina Ónega, anteriormente en su puesto siempre eran varones. Y actualmente hay un jefe de informativos que sustituye a Begoña Alegría, hoy corresponsal en Roma.

Pregunta: Decía María Escario en una entrevista hace tiempo que ella llegó a la redacción y los deportes mayoritarios ya estaban ocupados por hombres. Tú, en cambio, te has podido dedicar a ese tipo de información deportiva. **¿Cómo viviste la llegada a la redacción?**

Respuesta: Yo aterricé en 2005 en TVE y en ese momento seguían los mismos presentadores que en las últimas décadas: Jesús Álvarez, María Escario y Sergio Sauca, en informativos, y en programas de fútbol Juan Carlos Rivero. Pero en la redacción, aunque minoría, fue creciendo el número de jóvenes periodistas que iban ganando protagonismo. Por ejemplo, las sustitutas de todos ellos éramos tres chicas que íbamos dando el relevo. Hoy en la información deportiva sigue habiendo dos hombres y una mujer en los telediarios y en otros programas, como Estudio Estadio, alguna periodista hace de “pareja televisiva” con Juan Carlos. Yo misma hice ese papel durante unas temporadas. Hay cambios, pero muy despacio.

Pregunta: **¿Alguna vez has vivido situaciones incómodas en la profesión por ser mujer?**

Respuesta: En general, no. Al contrario. Me he sentido muy apoyada por compañeros de otros medios, por los espectadores. Una vez, alguien en twitter me mandó a la cocina, pero fue algo puntual. A mis compañeros de mesa los insultaban y amenazaban de muerte. Y a nivel de redacción, una vez a mis espaldas alguien dijo que ¡cómo iba a presentar una tertulia de fútbol sin testosterona!. Al final, lo mejor son los hechos y demostrar tu profesionalidad cada día.

Pregunta: ¿Crees que, hoy en día, aún existe cierto “rechazo” hacia las noticias deportivas escritas por una mujer, prefiriendo las realizadas por un hombre?

Respuesta: En TVE, no. Al contrario. Mi compañera Silvia Barba cubría la información de la Selección Española de Fútbol; Rosa Romero ha seguido a Nadal por todo el mundo; yo he llevado el peso de la continuidad de unos Juegos Olímpicos y muchas veces mis informaciones han abierto telediarios o el bloque de deportes.

Pregunta: Es verdad que cada vez vemos más mujeres en el periodismo deportivo, aunque dependiendo del medio tienen más o menos protagonismo. Pero, también es cierto que pocas veces escuchamos a una mujer narrar un gran partido de fútbol. ¿Crees que se debe a dar prioridad a los primeros en llegar (que se han ganado su sitio) y es una cuestión de generaciones, independientemente del género, o en un futuro seguiremos escuchando voces masculinas?

Respuesta: Cuesta cambiar hábitos. Estamos acostumbrados a escuchar narradores masculinos en Carrusel Deportivo. Pero cada vez se hacen más hueco las mujeres. Es cuestión de tiempo, espero.

Pregunta: El lenguaje sexista y la hipersexualización hacia las deportistas es evidente. Y, en muchas ocasiones, también lo vemos hacia las periodistas deportivas. Importa más su vida privada que su profesión pública, parece importar más lo que son que lo que hacen. ¿Crees que sigue siendo así o hay una evolución clara en ese aspecto? ¿Cómo lo vives tú?

Respuesta: Queda mucho, pero en general la sociedad y los medios están tomando conciencia del lenguaje inclusivo. Por ejemplo, antes decíamos “las chicas de la

selección”, ahora está mal visto y decimos “equipo femenino” o “categoría femenina”. Cada vez se consume más deporte de ambos géneros y, con mucho esfuerzo, el deporte femenino ha alcanzado éxitos (antes no salían y ahora ocupan portadas). Hay dentro de TVE compañeros/as muy vigilantes con estas expresiones y nos llaman la atención si erramos. Es importante cuidar los detalles porque luego la sociedad lo reproduce.

Pregunta: ¿Por qué crees que no ocurría con ellos y que sigue sin ocurrir si se trata de hombres? ¿Por qué crees que en su caso importa más la información que dan (que es como debería ser en todos los casos)?

Respuesta: Es un tema cultural de siempre y ahora cuesta trabajo cambiarlo. Lo vemos cuando eligen modelos recogepelotas en torneos de tenis, cuando hablamos de las azafatas de F1 o Motos, o hablan de la equipación del equipo de vóley playa. Sigue habiendo machismo y hay que erradicarlo.

Pregunta: ¿Te consideras feminista? ¿Crees que cada vez se acepta más decirlo públicamente?

Respuesta: No me gustan las etiquetas. Lo que tengo claro como mujer y periodista es que había una desigualdad entre hombres y mujeres. Claro que no me gusta cobrar la mitad que mi compañero de al lado, haciendo el mismo trabajo, o tener menos opciones de promocionar y crecer sólo por ser mujer. Pero tampoco me gusta criminalizar a nadie.

Pregunta: Cada año se gradúa un mayor número de mujeres en periodismo y, aún así, también son la mayor parte de las paradas y ocupan en menor medida cargos directivos en la profesión. **¿Por qué crees que sigue ocurriendo?**

Respuesta: La casuística de la maternidad, aunque no nos guste, sigue siendo un estigma. Creo que debería de haber más políticas públicas a favor de la maternidad sin ser penalizadas por ello, ni como trabajadoras ni tampoco para los empresarios/as.

Pregunta: ¿Qué crees que debería cambiar aún?

Respuesta: Creo que necesitamos líderes en los medios de comunicación valientes que se atrevan a hacer cosas diferentes. Abrir el bloque o hablar cada día de los retos de nuestras deportistas, de sus logros, dar oportunidad a mujeres para que más allá de estar en banda en un partido de fútbol o en el set de entrevistas, puedan narrar también la competición, como hacen compañeras de TVE, fantásticamente en JJOO. Me refiero a Paloma del Río (gimnasia, patinaje) o Julia Luna (natación, sincro...).

ANEXO C: ENTREVISTA A PALOMA DEL RÍO

Pregunta: **¿Cómo fue tu experiencia? ¿Crees que ha habido la evolución suficiente con el paso de los años o aún queda mucho trabajo por hacer en la profesión?**

Respuesta: Completamente insuficiente. Yo lo veo con la perspectiva de los 35 años que llevo en activo en el mundo del periodismo deportivo y está claro que hay mucha mejora pero queda por delante un montón de trabajo porque ahora ni mucho menos estamos a la altura de lo que podíamos estar.

Falta muchísimo trabajo, faltan muchísimas mujeres en puestos de dirección, no solo de las empresas (de los medios de comunicación), de secciones de periódicos, de edición de programas que sean las mujeres que dirijan los programas, los responsables finales de los responsables, los presentadores de esos programas.

Ahora todo eso está en manos de hombres, lo ha estado tradicionalmente. De vez en cuando, aparece alguna mujer presentando un programa pero ni siquiera es la editora del programa. O una cosa o la otra, mientras que a los hombres, la dirección, producción, quien lleva los bollos, quien lava el coche... siempre lo hacen. A las mujeres no nos lo permiten, no nos han dado esta oportunidad.

Pregunta: Cuando tú empezaste no era habitual que una mujer se dedicara al periodismo deportivo, **¿tú lo tenías claro desde siempre que te querías dedicar a eso? ¿cuándo supiste que querías hacerlo y cómo lograste hacerte hueco?**

Respuesta: Yo lo tuve claro. Cuando terminé COU, que tuve que ir a hacer la inscripción de la matrícula tenía todavía la duda si psicología o periodismo. Toda la vida quise ser

psicóloga y luego cambié y quise hacer periodismo. Pero una vez dentro del periodismo lo tenía claro. Yo fui la primera universitaria en la familia así que no tenía esa referencia en la familia, tuve que tirar yo sola, abrir la brecha e ir investigando yo sola.

Desde el primer momento sabía lo que querían hacer mis compañeros y yo tenía claro que quería hacer periodismo deportivo y hacía ahí me encaminé. Cuando me dieron la beca y la oportunidad en la televisión, que yo iba un poco a lo que me dijeran, me preguntaron y dije “voy a hacer esto”. El tipo que me preguntó se quedó un poco sorprendido porque en ese momento era un poco raro todo.

Lo que hice fue meterme en las prácticas de tarde, en ese momento trabajaba por la mañana y por la tarde iba a los telediarios. A partir de ahí, me quedé. Cuando yo llegué había un grupo de mujeres abierto. Como Mari Carmen Izquierdo que fue pionera sobre todo por dedicarse al mundo del fútbol.

Pregunta: Decía María Escario, un poco en relación con lo que dices, que cuando llegó a la redacción los deportes mayoritarios ya estaban ocupados por hombres. **¿Fue lo que te pasó a ti? ¿Acabaste eligiendo ese tipo de deportes por esa razón en un principio?**

Respuesta: Yo no decidí nada. Lo decidieron mis jefes pero tampoco los deportes mayoritarios no me atraen mucho.

Hay 66 deportes, si solo hablamos de uno, imagínate todos los demás, se quedan desguarnecidos. A mi me parecía que había mucha más tela que cortar en los otros deportes que en el fútbol.

Pregunta: **¿Qué crees que hubiera pasado si hubieras llegado y dicho “no, yo quiero hablar de fútbol o de baloncesto”? ¿Existía la posibilidad?** Aunque no sea tu caso.

Respuesta: Esa posibilidad no existe. Además, en mi caso, hubiera sido algo que hubiera tenido que hacer por obligación. Me encontraba mucho mejor en los otros y el hecho de empezar en la gimnasia fue pura herencia porque, en ese momento, Olga estaba presentando un programa en Barcelona (Estadio 2) y María estaba presentando en Madrid *Domingo Deporte* y los jefes decían que cada vez que había una competición en gimnasia

o una o la otra se tenían que marchar, entonces ellos prefirieron que ellas se quedaran presentando e hiciera las transmisiones otra persona y yo he continuado lo que ellas empezaron.

Pregunta: ¿Crees que, de alguna forma, eso sigue estando presente hoy en día? Es verdad que cada vez vemos más mujeres en el periodismo deportivo pero ¿está relacionado con que no haya mujeres narrando partidos de fútbol y baloncesto? ¿Por qué no las hay?

Respuesta: Si yo llego a la TV de becaria o redactora, mi jefe no le va a decir al presentador que está que se levante para ponerme yo. Los señores que llevan 20, 30 años narrando tienen su sitio. Hay que esperar las próximas generaciones.

No creo que ningún chaval de 25 años levante al que lleva trabajando tantos años salvo que sea necesario por un arreglo que no pueda llegar hasta allí. El del banquillo tiene que esperar a que le den paso los titulares. Me resultaría imposible que un chico que llega a las redacciones y levanten a los veteranos.

Eres el portero suplente, estás esperando a que el titular se marche, se retire. Hay que esperar. Y me parece bien, no creo que fuera bueno quitar a los veteranos. El capital de la empresa lo tienen sus trabajadores. Son personas que tienen su público y a las que la gente busca, ningún empresario los cambiaría.

Pregunta: ¿Cómo ves esta situación en el futuro?

Respuesta: En un futuro, para tener las mismas posibilidades de tomar ese relevo un hombre y una mujer dependerá de sus jefes. Si es jefa tendrá más oportunidades pero si es jefe debe estar convencido de que, en igualdad de condiciones, va a valorar al que esté en mejores condiciones.

A los hombres el saber de fútbol viene con el kit que les dan en la clínica cuando nacen. Pero luego, yo he visto chicas que tienen un conocimiento del mundo deportivo que no tienen ellos. Me preguntas 5 jugadores del Madrid y me costaría decírtelo pero a ellos le preguntas 5 patinadores o cuántas veces ha sido campeón de Europa Javier Fernández y

también. O una cosa elemental: cuántas armas tiene la esgrima. Y hay gente que no lo sabe. Yo estoy segura que hago preguntas polideportivas a chicos, que tengo por enterados y conocedores de deportes, y estoy seguras que les pillo.

Ellos dicen que son periodistas de deportes, no, son periodistas de fútbol. Lo que pasa que el fútbol es muy poderoso, llena mucho, ocupa muchas páginas y lo demás es resignarse. Si quieres pelear con eso tienes que llevar una buena dosis de paciencia.

Pregunta: Hace poco, para el 8 de marzo, se hizo un especial de mujeres para *AS* y hablabas de llegar a la redacción y notar esas *miraditas* de tus compañeros. Incrédulos porque tú también quisieras dedicarte a eso. Imagino o, bueno, quiero pensar que esas miradas en tu propia piel ya no las notas con tu trayectoria, pero... **¿las notas hacia otras periodistas que están empezando en la profesión?**

Respuesta: Allí no lo noto porque ahora en la TV hay muchas mujeres haciendo deportes porque lo piden voluntario. Muchos parecen que van castigados a deportes y, sin embargo, las mujeres lo tienen clarísimo.

Pregunta: **¿Podríamos decir que esas miradas se convirtieron en apoyo por parte de los compañeros en la actualidad? ¿Están más comprometidos y entienden que no se trata del sexo sino de personas con una misma vocación?**

Respuesta: Espero que sí. Yo solo he vivido Televisión Española y es verdad que en esta empresa no pasa porque estamos muy habituados, estamos rodeados de hombres y mujeres y a la hora de asignar un operativo no importa si es hombre o mujer.

Pregunta: En cuanto al lenguaje... **El lenguaje sexista es una realidad aún hoy en día**, aunque me imagino que mucho menos de lo que tuvisteis que vivir hace 30 años. En ese aspecto, **¿crees que sois más respetadas? ¿Cómo se vive realmente desde dentro de la profesión? Además, en su caso a veces importa más su vida privada que su profesionalidad. ¿Crees que ocurre lo mismo con ellos? ¿Por qué crees que esto sigue así?**

Respuesta: Hombre, claro. Además, eso está cuantificado. Las tesis doctorales que hay, qué espacio y qué tratamiento le dan a la cobertura del deporte femenino y masculino.

Partiendo de la base de que los hombres hacen deporte desde la antigua Grecia y las mujeres desde hace 150 años, imagínate la diferencia de tiempo que llevamos: 21 siglos frente a 150 años. Bastante hemos avanzado pensando el tiempo que llevamos haciendo deporte.

Pensar que esto va a ser de un día para otro es muy difícil. Darle la vuelta a un junco cuando el aire siempre viene de la misma dirección, puedes ir poco a poco enderezando pero es algo que tardará muchísimos años.

Pregunta: ¿Crees que dentro del periodismo el deporte es la especialización donde más se pueden ver estos problemas, donde más ocurre?

Respuesta: Yo creo que sí. En el periodismo deportivo es donde esa brecha de género se ve mucho más, no solo por el contenido sino también por quien lo hace (por el periodista o periodista). Porque, insisto, hemos estado con un retraso de 20 siglos y eso va a tardar.

Mientras no nos paremos y retrocedamos, todo lo que sea avance, aunque sea lento, es bueno.

Pregunta: ¿Algo que quieras compartir que no te haya preguntado y te parezca importante dejar claro?

Respuesta: La concienciación por parte de las mujeres periodistas, en este caso, ya vienen de serie pero sería bueno que los hombres se dieran cuenta también de que tienen mucho talento femenino al lado. Y podrían aprovecharlo para el bien de la periodista y su propio bien, no solo a nivel social sino también profesional.

ANEXO D: CUESTIONARIO / ENCUESTA POR LA PLATAFORMA GOOGLE

Encuesta realizada a personas de dentro y fuera del ámbito deportivo y periodístico.

Enlace al cuestionario: <https://forms.gle/N4z1HZCE5f2LNWF18>

Enlace al documento Excel con respuestas del cuestionario (bruto):

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1NKmBmyvMHyWWkV2x9k_74QHaxzlSNWpEX-6bqL41M3k/edit?usp=sharing